

LEIFHEIT



JAHRESFINANZBERICHT

2015

Kennzahlen zum Konzern

		2014	2015	Veränderung
Umsatz				
Konzern	Mio €	220,7	231,8	5,0 %
Markengeschäft	Mio €	180,4	188,1	4,3 %
Volumengeschäft	Mio €	40,3	43,7	8,6 %
Rentabilität				
Bruttomarge	%	47,7	46,7	-1,0 PP
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	24,5	20,8	-15,3 %
Free Cashflow	Mio €	18,4	14,1	-23,6 %
Fremdwährungsergebnis	Mio €	5,1	2,5	-51,9 %
EBIT	Mio €	21,5	21,7	0,5 %
EBIT-Marge	%	9,8	9,3	-0,5 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	19,8	20,2	2,2 %
Periodenergebnis	Mio €	14,1	14,3	1,6 %
Umsatzrentabilität	%	6,4	6,2	-0,2 PP
Eigenkapitalrentabilität	%	14,9	13,4	-1,5 PP
Gesamtkapitalrentabilität	%	6,3	6,0	-0,3 PP
ROCE	%	20,3	18,1	-2,2 PP
Aktie				
Periodenergebnis je Aktie ¹	€	2,97	3,02	1,7 %
Free Cashflow je Aktie ¹	€	3,88	2,96	-23,6 %
Dividende je Aktie	€	1,80	2,00 ²	11,1 %
Sonderdividende je Aktie	€	-	0,75 ²	> 100 %
Mitarbeiter am Jahresende				
	Personen	1.055	1.049	-0,6 %
Investitionen in Sachanlagen				
	Mio €	5,1	6,1	19,4 %
Abschreibungen auf Sachanlagen				
	Mio €	5,3	5,0	-0,1 %
Bilanzsumme				
	Mio €	223,3	237,9	6,5 %
Eigenkapital				
	Mio €	94,8	106,7	12,5 %
Eigenkapitalquote	%	42,5	44,9	2,4 PP

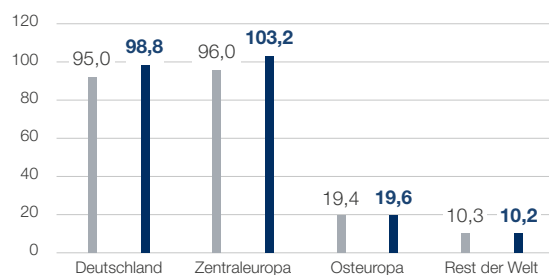
¹ Ohne zurückgekaufte eigene Aktien.

² Dividendenvorschlag.

Die Mehrjahrestabelle findet sich im hinteren Umschlag.

Konzernumsatz nach Regionen

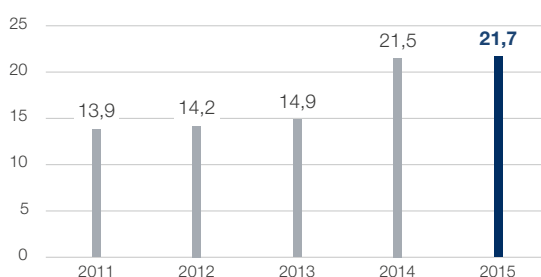
in Mio €



■ 2014 ■ 2015

Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)

in Mio €



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



„Leifheit 2020“ gibt uns den strategischen Rahmen, um nachhaltiges und profitables Wachstum zu sichern. Unsere zehn strategischen Leitlinien zeigen auf, wo und wie sich Potenziale nutzen und Chancen realisieren lassen.



Unternehmensprofil

Der Leifheit-Konzern ist einer der führenden europäischen Anbieter von Haushaltsprodukten in den Bereichen Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Unter den Marken Leifheit und Soehnle – zwei der bekanntesten Marken Deutschlands – bieten wir hochwertige und innovative Produkte und Lösungen, die das tägliche Leben zuhause einfacher und bequemer machen.

Außer im Markengeschäft ist das Unternehmen mit den französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby im serviceorientierten Volumengeschäft tätig, wo Produkte in mittleren Preislagen vertrieben werden.



Standorte



Investment-Highlights

1

STARKE MARKEN

Bekannte Marken mit hohem
Verbrauchervertrauen

Führende Marktpositionen
in Deutschland und vielen
europäischen Ländern

Qualitätsanbieter im mittleren
und gehobenen Preissegment

2

STABILES GESCHÄFTSMODELL

Nicht zyklisches Geschäft:
Unsere Produkte des täglichen
Bedarfs sind immer gefragt

Gut aufgestellt, um von
wachsender E-Commerce-
Dynamik zu profitieren

Intelligente Kombination aus
Fremd- und Eigenfertigung

3

SOLIDE BASIS

Effiziente Kostenstruktur und
nachhaltige Margenentwicklung

Starke Cash-Position und
hohe Cashflows

Hohe Eigenkapitalquote,
keine finanziellen Schulden

4

ZUVERLÄSSIGER PARTNER FÜR AKTIONÄRE

Kontinuierliche
Dividendensteigerung

Positive Dividendenentwicklung
basierend auf Profitabilität
und soliden Cashflows

Jährliche Ausschüttung von etwa
75 Prozent des Free Cashflows oder
Periodenergebnisses

5

SIGNIFIKANTES WACHSTUMSPOTENZIAL

Strategie „Leifheit 2020“ für nachhaltiges Umsatz- und Ergebniswachstum

Organisch: Fokussierung auf Kernkategorien, Konsumenten, Innovation, Digitalisierung und Effizienz

Extern: M&A-Aktivitäten mit Fokus auf Kernkategorien

Produktwelt

REINIGEN

ÜBERLEGENE REINIGUNGSSYSTEME
FÜR JEDEN ANSPRUCH



Leifheit hat für jede Herausforderung
und jeden Anspruch beim Reinigen
zu Hause einfache und bequeme
Lösungen mit System.

WÄSCHEPFLEGE

GEPFLEGTE WÄSCHE
LEICHT GEMACHT



Ob Wäscheständer im Haus oder
Wäschespinnen für den Garten,
ob Bügeltisch oder komplettes Dampf-
bügelsystem – Leifheit sorgt für frische,
saubere und gepflegte Wäsche.

KÜCHE

IMMER EINE IDEE
DURCHDACHTER



Ob Öffnen, Zubereiten, Zerkleinern
oder Aufbewahren – die Küchenhelfer
von Leifheit erleichtern das Arbeiten
und sorgen dafür, dass Hände und
Küche sauber bleiben.

WELLBEING

FÜR EIN LEBEN
IN BALANCE



Unter der Marke Soehnle bieten
wir eine Vielzahl von Produkten, die das
Leben leichter machen. Von innovativ
bis klassisch – Soehnle-Waagen machen
in Küche und Bad eine gute Figur.

LEIFHEIT

LEIFHEIT

vere Küchenhelfer

Immer eine Idee besser



LIFE IN BALANCE
SOEHNLE

LIFE IN BALANCE
SOEHNLE

LIFE IN BALANCE
SOEHNLE

LIFE IN BALANCE
SOEHNLE

Differenzierung
am POS...



LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

Clevere Reinigung

Clevere Reinigung

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

... fördert unseren
**internationalen
Absatz.**

BIS ZU

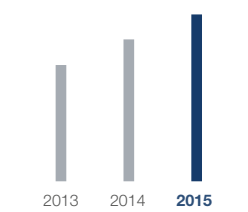
50%

UMSATZSTEIGERUNG
AUF DER FLÄCHE MIT
MARKENSHOPS

150

MARKENSHOPS ETABLIERT
SEIT 2013

+18%



UMSATZSTEIGERUNG
IM E-COMMERCE


Kompetenter Partner des Handels

Wir wollen mit unseren Produkten da sein, wo der Konsument sie kaufen möchte – ob im Geschäft vor Ort oder im Internet. Dabei ist der Handel unser essenzieller Partner. Wir unterstützen unsere Handelspartner aktiv und ermöglichen ihnen durch maßgeschneiderte Lösungen eine Differenzierung am Point of Sale – sowohl online als auch offline.

Dies gilt für unsere POS-Excellence-Konzepte mit ihren attraktiven Shop-in-Shop-Präsentationen, Zweitplatzierungsdisplays, Teststationen, Produktvorführungen und Videopromotionen ebenso wie für unsere Produktpalette. Mit einem ganzheitlichen Kategorieansatz für unsere bedeutenden Produktlinien, unseren Sortimentsbausteinen für unterschiedliche Vertriebskanäle und den darauf abgestimmten Präsentationslösungen sind wir ein führender Partner des Handels.



**Führende Lösungen
für den Handel**

A blurred photograph of two people walking in an office hallway. A woman in a grey blazer and dark skirt is walking towards the right, carrying a red folder. A man in a white shirt and grey trousers is walking towards the left, carrying a green folder. They are in motion, creating a sense of activity. The background shows office windows with blinds and a ceiling with recessed lights. The floor is dark and reflective.

Unsere
**Innovation
Factory ...**



Innovation
Factory

BEST
IN CLASS

... hat den **Nutzer**
im Fokus.

4,8 Mio €

FORSCHUNGS- UND
ENTWICKLUNGS-
AUFWENDUNGEN IN 2015

843

PATENTE UND
ANDERE SCHUTZRECHTE



PRODUKT-
AUSZEICHNUNGEN
IN 2015

Einfache und bequeme Lösungen für zuhause

Unsere Produkte begleiten die Menschen – Tag für Tag. Sie helfen, das Leben zuhause einfacher und bequemer zu machen. Damit die täglichen Herausforderungen schnell und mühelos von der Hand gehen und mehr Zeit bleibt für die wirklich wichtigen Dinge des Lebens.

Das ist unsere Mission.

Wir legen daher höchsten Wert darauf, den Verbraucher in das Zentrum unserer Entwicklungs- und Innovationsarbeit zu stellen. Abgeleitet von unserer Strategie „Leifheit 2020“ haben wir daher eine ganzheitliche Innovationsstrategie entwickelt, die wir in unserer Innovation Factory zusammenfassen. Sie umfasst die Integration von Konsumenten in den Innovationsprozess, die weitere Stärkung unserer Designkompetenz, ein strategisches Netzwerk von Innovationspartnern, die effiziente Gestaltung des Ideengenerierungs-, Selektions- und Qualifikationsprozesses und das Sicherstellen unserer hohen Qualitätsstandards. In unserer Innovation Factory entsteht so eine langfristige Pipeline an Produkten und Lösungen mit einer hohen Verbraucherrelevanz und mit Marktpotenzial, um unser zukünftiges Wachstum sicherzustellen.



**Erstklassiger
Nutzerfokus**



Effiziente
Distributions-
logistik...

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



PATENTED SET



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



PATENTED SET



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



PATENTED SET



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



PATENTED SET



LEIFHEIT

CleanTwist
EXTRA SOFT



... für unsere
**europäischen
Wachstumsmärkte**

57,4%

UMSATZANTEIL AUF
DEN INTERNATIONALEN
MÄRKTEN

4.500 m²

NEUE LOGISTIKFLÄCHE IM
DISTRIBUTIONSZENTRUM
OSTEUROPA



+ 23,1%

WACHSTUM IN POLEN
UND TSCHECHIEN

Neues Logistikzentrum für Osteuropa

Im Rahmen unserer Strategie „Leifheit 2020“ haben wir unsere zukünftigen Wachstumsregionen definiert. Wir konzentrieren uns hier vornehmlich auf unsere zentral- und osteuropäischen Kernmärkte. Eine schlanke und flexible Wertschöpfungskette hilft uns dabei, eine effiziente Distribution in diesen Regionen sicherzustellen.

Unsere Wachstumsmärkte in Osteuropa beliefern wir durch die stärkere Einbindung unseres tschechischen Standorts Blatná in die europäische Distributionslogistik nun noch schneller und flexibler. Das dort entstandene neue Logistikzentrum bündelt die Logistikprozesse für die osteuropäischen Märkte an einem zentralen Standort und ermöglicht es uns gleichzeitig, flexibel auf Anforderungen von Markt- und Kundenseite zu reagieren.

Gleichzeitig etablierten wir im Jahr 2015 ein zukunftsfähiges Lagermanagementsystem an unseren Distributionsstandorten. So sind wir für weiteres Wachstum gerüstet und können auch komplexen logistischen Anforderungen entsprechen, die zum Beispiel durch den zunehmenden Anteil des E-Commerce entstehen.



**Effizienz in der
Wertschöpfungskette**

Wir sind auf dem richtigen Weg

Die konsequente Umsetzung der Strategie „Leifheit 2020“ trägt erste Früchte: Mit einer Umsatzsteigerung von fünf Prozent konnte der Konzern die Erwartungen für das Geschäftsjahr 2015 sogar übertreffen. Vorstandsvorsitzender Thomas Radke und Finanzvorstand Dr. Claus-O. Zacharias im Gespräch.



THOMAS RADKE
Vorstandsvorsitzender | CEO



DR. CLAUS-O. ZACHARIAS
Vorstandsmitglied | CFO

Leifheit hat ein gutes Geschäftsjahr hinter sich. Wie bewerten Sie das Jahr 2015?

RADKE Ich denke, unsere Performance kann sich sehen lassen. Wir konnten den Umsatz im Konzern um fünf Prozent steigern und damit unsere eigenen Erwartungen übertreffen. Auch unser operatives Ergebnis hat sich weiter verbessert. Nach Jahren der Restrukturierung, die mein Vorstandskollege, Herr Dr. Zacharias, erfolgreich durchgeführt hat, trägt die konsequente Umsetzung unserer Anfang 2015 vorgestellten Wachstumsstrategie „Leifheit 2020“ damit erste Früchte. Wir haben uns ein mittelfristiges Ziel von durchschnittlich vier bis fünf Prozent organischem Umsatzwachstum pro Jahr bis 2020 gesetzt. Das konnten wir im Jahr 2015 erstmals erreichen. Wir sind also auf dem richtigen Weg – auch wenn wir noch eine lange Strecke zu gehen haben.

DR. ZACHARIAS Wir erreichten ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) von 21,7 Mio €. Das entspricht in etwa dem Vorjahr, obwohl das Fremdwährungsergebnis diesmal um etwa die Hälfte niedriger ausfiel. Das bereinigte EBIT stieg um 2,8 Mio € auf 19,2 Mio €. Operativ konnten wir uns also erneut deutlich verbessern. Ich sehe uns damit auch bei der Profitabilität auf dem richtigen Weg.

Wie entwickelten sich die einzelnen Segmente und Märkte?

RADKE In unserem Markengeschäft erzielten wir ein Umsatzplus von 4,3 Prozent. Das Wachstum wurde insbesondere von der Marke Leifheit und den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege getragen.

Der Umsatz in unserem kleineren Segment, dem Volumengeschäft, wuchs im Berichtsjahr um 8,6 Prozent, da wir unsere Kundenbasis erweitern konnten. Zuvor hatte sich das Segment seit 2011 rückläufig entwickelt.

In Deutschland konnten wir ein Umsatzplus von 3,9 Prozent erzielen. In unseren zentral-europäischen Märkten erreichten wir ein Wachstum von 7,7 Prozent. Getragen wurde die Entwicklung vor allem von Frankreich, Belgien und den Niederlanden. Die Umsatzentwicklung in Osteuropa konnten wir trotz der wirtschaftlichen Schwäche in Russland und der Krise in der Ukraine stabilisieren. Umsatzrückgänge in diesen Ländern konnten wir durch ein Wachstum von über 20 Prozent in Tschechien und Polen ausgleichen.

Unser Umsatz entwickelte sich über alle Vertriebskanäle hinweg sehr positiv. Besonders hervorheben möchte ich die Entwicklung im E-Commerce: Hier legten wir im vergangenen Jahr erneut um fast 18 Prozent zu.

Sie sprachen die Strategie „Leifheit 2020“ an. Welche Fortschritte gab es hier im vergangenen Jahr?

RADKE Hier bei Leifheit arbeiten alle Mitarbeiter nach Kräften an der erfolgreichen Umsetzung unserer strategischen Ziele. Unserer Belegschaft wurde unser Weg zu mehr Umsatz und Ertrag mit umfangreichen Informationsangeboten erläutert. Und etliche unserer Mitarbeiter sind direkt an strategischen Projekten beteiligt. Denn „Leifheit 2020“ ist mit einer Vielzahl einzelner Maßnahmen und Projekte hinterlegt, von denen wir im Berichtsjahr bereits einige umsetzen konnten.

Dazu gehören zum Beispiel die Überarbeitung der Markenpositionierung von Leifheit oder die Etablierung unserer „Innovation Factory“ – einer ganzheitlichen Innovationsstrategie, die den Verbraucher in den Mittelpunkt der Entwicklungsarbeit stellt. So konnten wir bereits eine langfristige Pipeline an neuen Produktideen aufbauen, die sich durch hohen Kundennutzen und Marktpotenzial auszeichnen. Dabei setzen wir unter

anderem auf sogenannte Hero-Produkte, wie unseren erfolgreichen Leifheit Fenstersauger, und ergänzende Systemlösungen, wie unser Leifheit Click-System. Beide sind ausgezeichnete Beispiele dafür, wie wir dem Verbraucher Lösungen bieten, die das tägliche Leben zuhause einfacher und bequemer machen.

» Die konsequente Umsetzung unserer Wachstumsstrategie › **Leifheit 2020** ‹ trägt erste Früchte. ‹

THOMAS RADKE | CEO

DR. ZACHARIAS Ein weiteres bedeutendes Projekt mit Blick auf eine effiziente Supply-Chain war die Erneuerung der bestehenden Lagersoftware durch ein zukunftsfähiges Lagermanagementsystem, das durch skalierbare Prozesse mit dem angestrebten Wachstum kontinuierlich mithalten kann.

Darüber hinaus haben wir im Jahr 2015 mit der Errichtung eines neuen Distributionszentrums an unserem tschechischen Produktionsstandort Blatná begonnen, das unsere Effizienz bei der Belieferung unserer Wachstumsmärkte in Osteuropa deutlich steigern wird. Blatná hat für uns besondere Bedeutung als zentraler Hub für die verstärkte Penetration unserer osteuropäischen Zielregionen. Der überwiegende Teil der dortigen Märkte zeichnet sich durch überdurchschnittliches Wachstum und steigenden Konsum aus. Sie sind daher ein wichtiger Bestandteil unserer internationalen Expansionsstrategie.

Leifheit nahm vor wenigen Wochen an der Konsumgütermesse „Ambiente“ teil. Was gab es an Ihrem Stand zu sehen?

RADKE Wir konnten dem Handel in Frankfurt eine ganze Reihe von neuen Produkten und Initiativen vorstellen. Dazu gehörten beispielsweise das erweiterte Leifheit Mop-Portfolio, Ergänzungen für unser Click-System, ein komplettes Sortiment an Bügeltischbezügen und neue Soehnle Küchen- und Personenwaagen.



Wir freuen uns darüber, dass die bereits mehrfach prämierte Küchenwaage Genio auf der Messe mit dem „Kücheninnovationspreis 2016“ ausgezeichnet wurde und ganz aktuell auch den „iF Design Award 2016“ erhalten hat.

Mit den Leifheit Classic Produkten präsentierten wir unseren internationalen Handelspartnern darüber hinaus einen neuen Preispunkt in unserem Sortiment – als Grundlage für mehr internationales Wachstum. Leifheit Classic ist eine Auswahl an Basisprodukten und speziell für unsere Zielmärkte in Zentral- und Osteuropa gedacht. Aber lassen Sie mich betonen: Unsere hohen Leifheit Qualitätsstandards gelten auch hier.

» Leifheit ist gut aufgestellt für die Zukunft. «

THOMAS RADKE | CEO

Wie reagieren denn Ihre Kunden auf die neuen Impulse bei Leifheit?

RADKE Wir erhielten bisher sehr gutes Feedback von unseren Handelskunden. Das gilt für die neuen Produkte wie für die neu justierte Markenkommunikation. Wir unterstützen unsere Handelspartner aktiv bei der Differenzierung von ihren Wettbewerbern. Dafür bieten wir zum einen maßgeschneiderte Lösungen für den POS. Zum anderen sind wir mit unserem Kategorieansatz für bedeutende Produktlinien und mit Sortimentsbausteinen für unterschiedliche Vertriebskanäle ein anerkannter Partner des Handels.

Herr Radke, was zeichnet Leifheit aus?

RADKE Leifheit ist gut aufgestellt für die Zukunft: Neben starken Marken, innovativen Produkten, soliden Finanzen und effizienten Prozessen gehören dazu vor allem kreative Mitarbeiter. Ob Neuzugang oder langjähriger Mitarbeiter, alle arbeiten engagiert an der erfolgreichen Umsetzung unserer Strategie. Daher möchte ich mich an dieser Stelle auch bei unserer Belegschaft für die bisher geleistete Arbeit bedanken.

Wo hat Leifheit im vergangenen Jahr in die Zukunft investiert?

DR. ZACHARIAS Insgesamt investierten wir im Berichtsjahr 7,1 Mio €. Die Schwerpunkte lagen dabei auf unserem tschechischen Standort Blatná und unserem zentralen Logistikzentrum in Zuzenhausen. In Blatná wurde neben dem Bau des bereits erwähnten Distributionszentrums für Osteuropa auch die bestehende Fertigungskapazität erweitert, um die Inhouse-Produktion weiter ausbauen zu können. Damit wollen wir zum einen das potenzielle Risiko durch Wechselkurschwankungen reduzieren, denn Zulieferer aus Asien rechnen überwiegend in US Dollar ab. Zum anderen können wir durch die Übernahme von Produktionsschritten ins eigene Werk unsere Flexibilität deutlich erhöhen.

Für 2016 planen wir mit Investitionen in Höhe von etwa 8 Mio €, die wir wie im vergangenen Jahr aus eigenen Mitteln finanzieren. Mit einem Volumen von insgesamt etwa 2 Mio € werden Schwerpunkte die Fertigstellung des neuen Distributionszentrums für Osteuropa sowie eine moderne Pulverbeschichtungsanlage an unserem Standort Blatná sein.

Was ist Ihnen als Finanzchef an der aktuellen Aufstellung des Konzerns besonders wichtig?

DR. ZACHARIAS Der Leifheit-Konzern zeichnet sich durch ein solides Finanzprofil aus. Unsere Bilanzsumme stieg zum Ende des Jahres 2015 auf rund 238 Mio €. Mit dem Jahresabschluss des vergangenen Geschäftsjahres erreichte das Eigenkapital einen Anteil von knapp 45 Prozent. Durch den Mittelzufluss stieg unsere Liquidität gleichzeitig auf über 68 Mio €.

» Die Leifheit-Aktie konnte im Jahr 2015 weiter an Attraktivität gewinnen. «

DR. CLAUDIUS O. ZACHARIAS | CFO

Der hohe Bestand an flüssigen Mitteln sichert uns finanzielle Flexibilität und Unabhängigkeit. Außerdem haben wir keine Schulden bei Kreditinstituten. Mit dieser finanziellen Ausstattung verfügen wir über eine ausgezeichnete Grundlage für weiteres Wachstum – organisch oder mithilfe ergänzender Akquisitionen. Voraussetzung für externes Wachstum ist allerdings, dass es eine zur Strategie passende, finanzierbare und wertsteigernde Option dafür gibt.

Eine Frage mit Blick auf Ihre Aktionäre: Wodurch zeichnet sich die Leifheit AG als Investment aus?

DR. ZACHARIAS Die Leifheit-Aktie konnte im Jahr 2015 weiter an Attraktivität gewinnen. Durch die Umpflichtung der Anteile unseres früheren Ankeraktionärs, der Home Beteiligungen GmbH, erhöhte sich unser Freefloat deutlich. Er liegt aktuell bei über 76 Prozent. Die Kurs-Performance erreichte im Jahr 2015 ein Plus von etwa sieben Prozent. In den vergangenen zehn Jahren stieg der Kurs im Schnitt sogar um rund acht Prozent pro Jahr.

Das von uns angestrebte Wachstum ist die Grundlage für regelmäßige und steigende Dividendenzahlungen an unsere Aktionäre – denn unsere Strukturen können bis zu einem Umsatzvolumen bis rund 280 Mio € stabil bleiben. Für das Geschäftsjahr 2015 werden wir der Hauptversammlung die Zahlung einer Dividende von 2,00 € vorschlagen. Die vorgeschlagene Erhöhung um 0,20 € ist die siebte Dividendenerhöhung in Folge. Darüber hinaus werden wir aufgrund unserer guten Liquiditätssituation der Hauptversammlung eine Sonderdividende in Höhe von 0,75 € vorschlagen. Damit ist Leifheit ein attraktiver Wachstums- und Dividendenwert und gleichzeitig ein verlässlicher Partner für unsere Aktionäre.

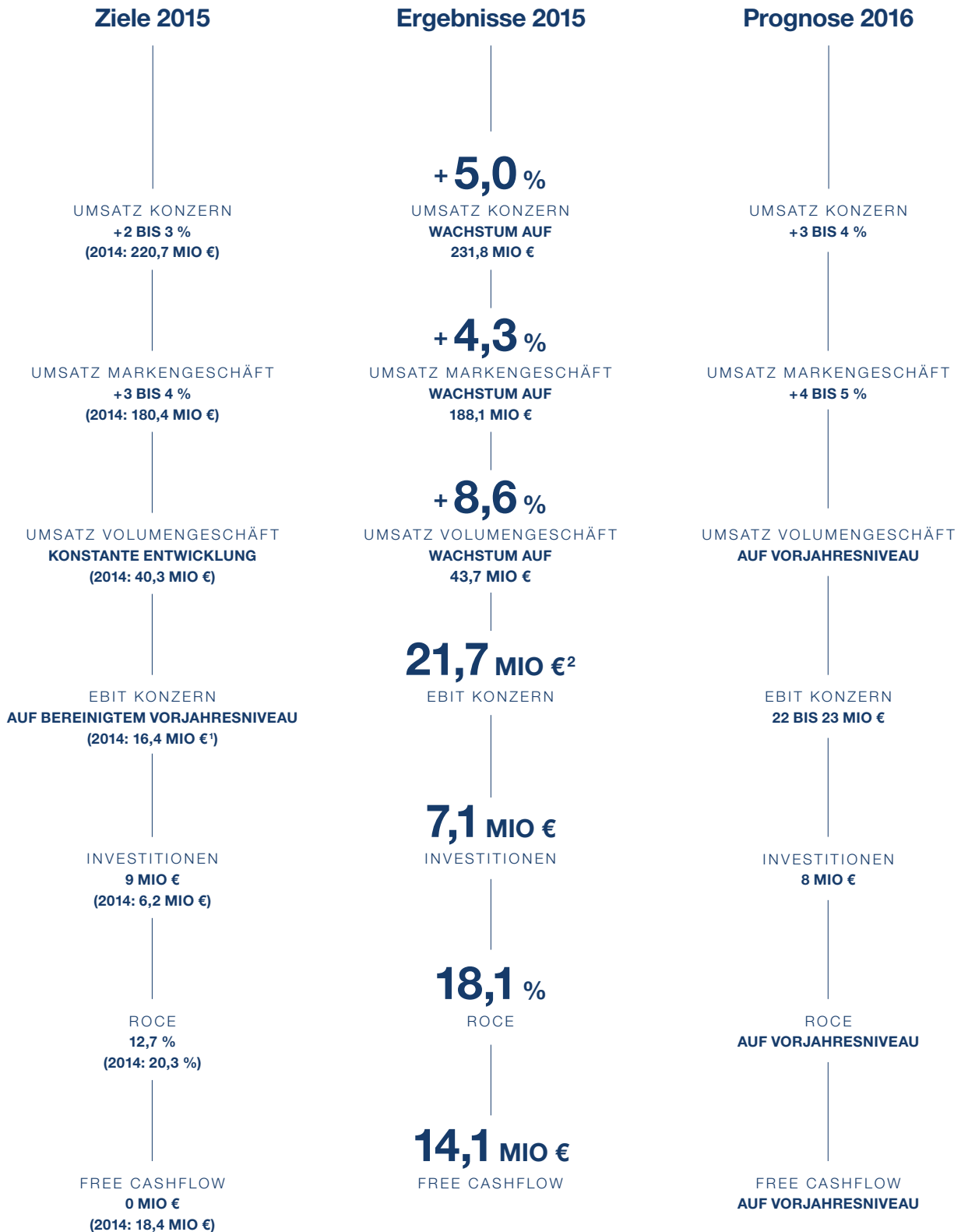
Lassen Sie uns noch auf das laufende Geschäftsjahr blicken. Welche Ziele haben Sie für 2016?

RADKE Wir arbeiten weiter an der Umsetzung der Strategie „Leifheit 2020“: Wir werden die Entwicklung in unseren europäischen Kern- und Wachstumsmärkten vorantreiben, unsere Marktpositionen ausbauen, neue Zielgruppen gewinnen sowie unsere strategischen Projekte weiter konsequent abarbeiten. Damit wollen wir die Fähigkeiten und Kompetenzen der Leifheit-Organisation weiter verbessern und schaffen so die Grundlage für nachhaltiges Wachstum.

Konkret rechnen wir im laufenden Jahr mit moderatem Wirtschaftswachstum in unseren Zielmärkten, bei weitgehend intakter Konsumneigung der Verbraucher – auch wenn es eine Reihe von Unsicherheitsfaktoren gibt, wie zum Beispiel die Krise im Nahen Osten. Vor diesem Hintergrund erwarten wir im laufenden Jahr erneut ein solides Umsatz- und Ergebniswachstum. Auf Konzernebene gehen wir von einem Umsatzplus von drei bis vier Prozent aus. Unser Markengeschäft wird weiter im Mittelpunkt stehen, hier rechnen wir mit einem Wachstum von vier bis fünf Prozent. Gleichzeitig erwarten wir ein Ergebnis vor Zinsen und Steuern von 22 bis 23 Mio €. Wir rechnen damit, dass im EBIT ein Fremdwährungsergebnis in Höhe von rund 1 Mio € enthalten sein wird.



Soll-Ist-Vergleich



¹ EBIT bereinigt um das Fremdwährungsergebnis in Höhe von 5,1 Mio €.

² EBIT inkl. Fremdwährungsergebnis in Höhe von 2,5 Mio €.

Inhalt

A

An unsere Aktionäre

- 2 Bericht des Aufsichtsrats
- 5 Corporate Governance Bericht
- 9 Die Leifheit-Aktie

B

Konzernlagebericht

- 14 Grundlagen des Konzerns
- 18 Wirtschaftliches Umfeld
- 20 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- 34 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 43 Umwelt und Gesellschaft
- 46 Chancen- und Risikobericht
- 56 Nachtragsbericht
- 57 Prognosebericht
- 60 Rechtliche Angaben

C

Konzernabschluss

- 66 Gewinn- und Verlustrechnung
sowie Gesamtergebnisrechnung
- 67 Bilanz
- 68 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 69 Kapitalflussrechnung
- 70 Anhang

D

Weitere Informationen

- 106 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- 107 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 108 Hinweis auf den Einzelabschluss der
Leifheit Aktiengesellschaft, Disclaimer
- 109 Impressum
- 110 Kennzahlen zum Konzern
- 111 Finanzkalender, Kontakte



Weblink



Seitenverweis



Strategie

Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Damen und Herren,

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

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

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

Über Projekte und Vorhaben, die für das Unternehmen von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der

Aufsichtsrat auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen informiert und schriftlich um Genehmigung gebeten, sofern dies erforderlich war.

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

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

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



HELMUT ZAHN
Vorsitzender des Aufsichtsrats

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

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

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

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

Der Aufsichtsrat hat einen Prüfungs- und einen Personalausschuss gebildet. Der Prüfungsausschuss (Audit Committee) kam zweimal zusammen, um sich mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionssystems, der Abschlussprüfung – hier insbesondere der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der vom Abschlussprüfer zusätzlich erbrachten Leistungen, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung – sowie der Compliance zu befassen. Die Abschlussprüfer waren bei beiden Sitzungen des Prüfungsausschusses anwesend und berichteten ausführlich über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Vorkommnisse,

die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben haben. Der Personalausschuss trat einmal zusammen. Im Personalausschuss werden die Anstellungsverträge für die Vorstandsmitglieder einschließlich der Vergütung und des Vergütungssystems sowie sonstige Vorstandsangelegenheiten behandelt. Besonderen Raum nahm im Geschäftsjahr 2015 die Nachfolgeplanung ein.

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

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

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

erkennen. Die Abschlussprüfer standen für ergänzende Fragen und Auskünfte zur Verfügung.

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

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

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

Nassau/München, 30. März 2016
Der Aufsichtsrat



Helmut Zahn
Vorsitzender

Corporate Governance Bericht

Der Begriff Corporate Governance steht bei Leifheit für eine verantwortungsbewusste und an nachhaltiger Wertschöpfung orientierte Unternehmensleitung.

Für uns sind eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, effiziente interne und externe Kontrollmechanismen und eine hohe Transparenz in der Unternehmenskommunikation von zentraler Bedeutung. Auf diese Weise wollen wir das Vertrauen der Anleger, Kunden, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in unser Unternehmen dauerhaft festigen.

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

Die Leifheit Aktiengesellschaft ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Den Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance geben neben dem DCGK das deutsche Recht, insbesondere das Aktien- und Kapitalmarktrecht, sowie die Satzung der Leifheit Aktiengesellschaft vor.

Der Vorstand berichtet – zugleich auch für den Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des DCGK im nachfolgenden Kapitel über die Corporate Governance bei Leifheit.

Weite Teile der Kodexempfehlungen umgesetzt

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

Aktionäre und Hauptversammlung

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

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



hv.leifheit-group.com

Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

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

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

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

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

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

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

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

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

Compliance

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

Mit dem Leifheit Code of Conduct haben wir Basisregeln formuliert, die dabei helfen sollen, stets nach diesen

Grundsätzen zu handeln. Er soll alle Leifheit-Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen und dabei als Orientierungshilfe dienen bei der Bewältigung rechtlicher und ethischer Herausforderungen. Das Management bekennt sich uneingeschränkt zur Compliance und trägt die unternehmerische Verantwortung zur Einhaltung von Recht, Gesetz sowie der internen Richtlinien.

Angemessenes Kontroll- und Risikomanagement

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

Interessenkonflikte

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

Zwischen Aufsichtsratsmitgliedern und der Gesellschaft bestanden im Berichtsjahr keine Berater- oder sonstigen Dienstleistungs- und Werkverträge. Die von den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bzw. vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen können dem Kapitel „Organe“ des Jahresfinanzberichts entnommen werden.

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



unternehmensführung.
leifheit-group.com



Vergütungsbericht
siehe Seite 61 f.



Organe
siehe Seite 104

Ziele des Aufsichtsrats hinsichtlich seiner Zusammensetzung

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

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

Alle Ziele sind derzeit umgesetzt.

Transparenz zugunsten von Aktionären und Öffentlichkeit

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

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

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

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



Stakeholder Dialog
siehe Seite 44



Leifheit-Aktie
siehe Seite 9



ir.leifheit-group.com

Wertpapiergeschäfte sowie Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

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

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

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

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

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

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

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

Erklärung zur Unternehmensführung

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



unternehmensführung.
leifheit-group.com

Die Leifheit-Aktie

Starke Schwankungen kennzeichneten die Kursentwicklung an den Aktienmärkten im Jahr 2015. In diesem Umfeld entwickelte sich die Leifheit-Aktie insgesamt positiv und legte auf Jahressicht um 6,7 Prozent zu. Vorstand und Aufsichtsrat schlugen der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2015 eine Dividende von 2,00 € sowie eine Sonderdividende von 0,75 € je Aktie vor.

Börsenjahr mit außergewöhnlicher Volatilität

Die Entwicklung der Finanzmärkte im Jahr 2015 wurde von vielen Faktoren beeinflusst – positiv wie negativ. Dazu gehören die sogenannte Griechenland-Krise, das nachlassende Wirtschaftswachstum in China, die Talfahrt des Ölpreises sowie die geldpolitischen Entscheidungen der Zentralbanken in Europa und den USA. Sie haben zu Kurschwankungen an den Aktienmärkten geführt wie selten zuvor. Der deutsche Leitindex DAX mit den Aktien der 30 größten börsennotierten Unternehmen erreichte im April ein Allzeithoch von 12.390 Punkten. Bis zum Herbst, teilweise ausgelöst durch Kurseinbrüche an den bis dahin überhitzten Börsen in China, verlor der Index rund 25 Prozent. Das Jahrestief im September lag bei 9.325 Punkten. Unterm Strich legte der DAX im Jahresverlauf von 9.764 auf 10.727 Zähler zu. Das entspricht einem Plus von etwa 10 Prozent.

Der für die Leifheit-Aktie relevante Vergleichsindex SDAX, der Aktienindex der Deutschen Börse für kleinere Unternehmen, entwickelte sich im Verlauf des Jahres sehr positiv und schlug den DAX mit Blick auf die Wertentwicklung. Ausgehend von einem Jahrestief mit 7.128 Punkten Anfang Januar erreichte er seinen Höchststand bei 9.156 Punkten im August und schloss am 30. Dezember 2015

mit 9.098 Punkten. Damit stieg der SDAX auf Jahressicht um fast 26 Prozent.

Leifheit-Aktie erneut im Plus

Auch die Kursentwicklung der Leifheit-Aktie (ISIN DE0006464506) war im Berichtsjahr von Volatilität gekennzeichnet. In den ersten Monaten des Jahres stieg der Aktienkurs kräftig und erreichte am 21. April 2015 mit 59,66 € einen neuen historischen Höchststand. Im Zusammenhang mit der Umplatzierung der Unternehmensanteile des früheren Ankeraktionärs Home Beteiligungen GmbH Ende April sowie der allgemeinen Unsicherheit an den Aktienmärkten im Sommer verließ der Aktienkurs das zuvor erreichte Rekordniveau. Er stabilisierte sich zunächst bei Werten vergleichbar der Jahresmitte 2014. Nach einem Jahrestief von 39,05 € am 29. September 2015 erholte sich die Aktie im vierten Quartal deutlich. Am 30. Dezember 2015 schloss der Handel bei 49,50 € – ein Plus von 6,7 Prozent gegenüber dem Jahresanfang.

+6,7%
Kursanstieg
Leifheit-Aktie

Die Marktkapitalisierung der Leifheit Aktiengesellschaft, auf Basis aller ausgegebenen Aktien, lag zum Jahresende 2015 bei rund 248 Mio € und erhöhte sich damit im Vergleich zum Ende des Vorjahres um 16 Mio € (30. Dezember 2014: 232 Mio €). Bereinigt um eigene Anteile erreichte die Marktkapitalisierung einen Wert von 235 Mio €.

Kursentwicklung der Leifheit-Aktie im Jahr 2015

Vergleich zum SDAX in % (indiziert auf 100)



Deutlich gestiegenes Handelsvolumen

Im Börsenjahr 2015 lag das durchschnittliche Handelsvolumen mit Leifheit-Aktien auf Xetra, dem elektronischen Handelssystem der Deutschen Börse, bei 5.714 Stück pro Tag und damit deutlich über dem Handelsvolumen des Vorjahres (2014: 1.933 Aktien pro Tag).

Rendite eines Investments in Leifheit-Aktien

1 Jahr	6,7 % p.a.
3 Jahre	19,4 % p.a.
5 Jahre	23,9 % p.a.
10 Jahre	7,8 % p.a.

Historische jährliche Rendite zum Jahresende 2015, ohne Wiederanlage der ausgeschütteten Dividende. Berechnet mithilfe des Renditerechners auf der Homepage der Leifheit Aktiengesellschaft (www.leifheit-group.com).

Kennzahlen der Leifheit-Aktie in € je Stück

	2011	2012	2013	2014	2015
Periodenergebnis je Aktie	2,55	1,97	2,16	2,97	3,02
Free Cashflow je Aktie	1,63	-0,28	4,11	3,88	2,96
Dividende je Aktie	1,30	1,50	1,65	1,80	2,00 ²
Sonderdividende je Aktie	-	-	-	-	0,75 ²
Eigenmittel je Aktie ³	19,55	17,98	18,30	18,16	20,45
Höchstkurs ⁴	26,90	30,56	35,30	46,40	59,66
Tiefstkurs ⁴	16,52	20,45	26,00	32,22	39,05
Schlusskurs zum Jahresende ⁴	20,50	29,00	30,93	46,40	49,50
Anzahl Aktien (in Tausend Stück) ¹	4.742	4.760	4.749	4.750	4.752
Marktkapitalisierung zum Jahresende (in Mio. €) ⁵	103	145	155	232	248

¹ Anzahl umlaufender Aktien zum 31. Dezember (ohne eigene Aktien).

² Dividendenvorschlag.

³ Ohne die zur Ausschüttung vorgeschlagenen Beträge und ohne Gewinnanteile von Minderheitsgesellschaftern.

⁴ Schlusskurse auf Xetra.

⁵ Auf Basis aller ausgegebenen Aktien.

2,00 €²

Dividende je Aktie

Erhöhung der Dividende plus Sonderdividende

Auf der letzten Hauptversammlung am 21. Mai 2015 in Nassau waren 43,3 Prozent (2014: 74,0 Prozent) des Grundkapitals vertreten.

Vorstand und Aufsichtsrat der Leifheit Aktiengesellschaft werden der Hauptversammlung am 25. Mai 2016 vorschlagen, für das Geschäftsjahr 2015 eine Dividende von 2,00 € je Aktie (2014: 1,80 €) auszuschütten. Die vorgeschlagene Erhöhung um 0,20 € ist die siebte Dividendenerhöhung in Folge. Darüber hinaus werden Vorstand und Aufsichtsrat aufgrund der guten Liquiditätssituation des Unternehmens der Hauptversammlung eine Sonderdividende in Höhe von 0,75 € vorschlagen. Bei Zustimmung der Hauptversammlung wird die Dividende ab dem 26. Mai 2016 ausgezahlt werden. Die auszuschüttende Summe beläuft sich auf 13,1 Mio € (2014: 8,6 Mio €).

0,75 €²

Sonderdividende

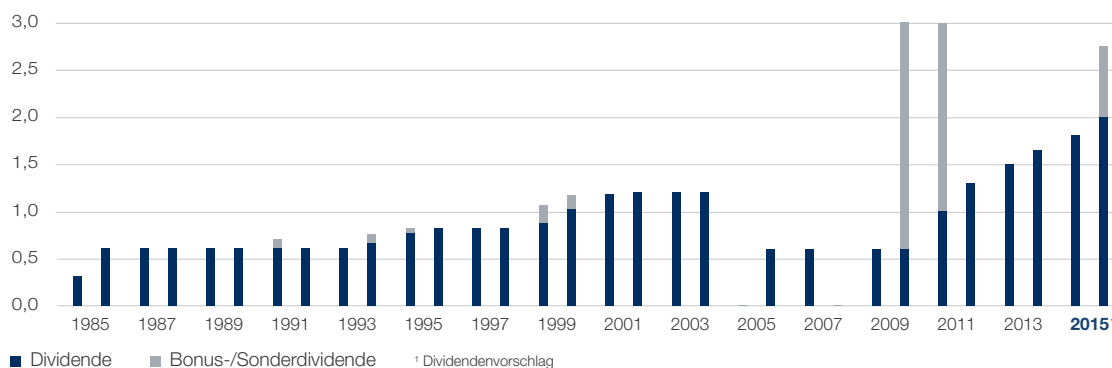
Vorstand und Aufsichtsrat der Leifheit Aktiengesellschaft haben das Ziel, alle Aktionäre durch die vorgeschlagene Dividende und die Sonderdividende angemessen am Erfolg des Unternehmens teilhaben zu lassen. Grundsätzlich sieht unsere ergebnisorientierte Dividendenpolitik auch weiterhin vor, rund 75 Prozent des Periodenergebnisses bzw. des Free Cashflow eines Geschäftsjahres als Basisdividende an die Aktionäre auszuschütten. Darüber hinaus werden Vorstand und Aufsichtsrat zukünftig die Ausschüttung von Sonderdividenden erwägen, sofern die Konzernliquidität am Jahresende den erwarteten Liquiditätsbedarf des Konzerns für potenzielle M&A-Aktivitäten und für saisonale Schwankungen des Working Capital in der Summe von etwa 55 Mio € sowie für die Zahlung der Dividende übersteigt.

Eigene Aktien

Die Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien, die der Gesellschaft im Jahr 2010 von der

Historische Entwicklung der Dividende

Dividende je Aktie in €



Hauptversammlung erteilt worden war, lief im Berichtsjahr aus. Die ordentliche Hauptversammlung am 21. Mai 2015 erteilte der Gesellschaft erneut die Ermächtigung, bis 20. Mai 2020 eigene Aktien im Umfang von bis zu zehn Prozent des bestehenden Grundkapitals von 15 Mio € zu erwerben.

Im Jahr 2015 wurden keine eigenen Aktien erworben. Leifheit verwendete 1.605 eigene Anteile für die Ausgabe von Aktien im Rahmen eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms.

Zum Jahresende 2015 hielt die Leifheit Aktiengesellschaft einen Bestand von 247.067 eigenen Aktien (entsprechend 4,94 Prozent des Grundkapitals). Für ihren Erwerb in früheren Zeiträumen waren insgesamt 7.493 T € aufgewendet worden. Dies entspricht, einschließlich der Nebenkosten, im Durchschnitt 30,33 € je Aktie.

Bedeutende Veränderung der Aktionärsstruktur

Im Verlauf des Geschäftsjahres 2015 kam es zu einer bedeutenden Veränderung in der Eigentümerstruktur des Unternehmens. Die Home Beteiligungen GmbH, München, die zuletzt mit 50,49 Prozent am Grundkapital der Leifheit Aktiengesellschaft beteiligt war, verkaufte ihr Aktienpaket Ende April 2015 an institutionelle Investoren. Durch diesen Verkauf erhöhte sich der Anteil der Leifheit-Aktien, die sich im sogenannten Streubesitz (Freefloat) befinden, deutlich.

Zum 31. Dezember 2015 lag der Streubesitz bei 76,7 Prozent. Seine Berechnung erfolgt entsprechend der Definition der Deutschen Börse für Aktienindizes. Danach gehören Aktienpakete unterhalb eines Schwellenwerts von fünf Prozent zum Streubesitz. Ebenso gelten Anteile von Fonds und Kapitalanlagegesellschaften mit kurzfristigen Anlagestrategien zum Streubesitz, sofern der Anteil 25 Prozent des Grundkapitals nicht überschreitet. Zum Festbesitz zählen dagegen – unabhängig von der Höhe des Anteils – eigene Aktien, die vom Unternehmen selbst gehalten werden (4,94 Prozent), sowie mit einer Sperrfrist belegte Belegschaftsaktien (0,07 Prozent).

Gemäß den der Leifheit Aktiengesellschaft vorliegenden Informationen und Stimmrechtsmitteilungen setzte sich die Aktionärsstruktur des Unternehmens zum 31. Dezember 2015 wie folgt zusammen:

Aktionärsstruktur der Leifheit Aktiengesellschaft

MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald (D)	10,03 %
Joachim Loh, Haiger (D)	8,26 %
Capital Income Builder, Los Angeles (USA)	5,60 %
Carmignac Gestion S.A., Paris (F)	5,49 %
MainFirst SICAV, Sennigerberg (LUX)	5,04 %
Union Investment Privatfonds GmbH, Frankfurt (D)	4,00 %
Invesco Limited, Hamilton (BMU)	3,30 %
Farrington, Luxemburg (LUX)	3,26 %
Leifheit Aktiengesellschaft, Nassau (D) – eigene Aktien (Treasury Shares)	4,94 %
Anteilsbesitz unterhalb der Meldeschwelle von drei Prozent	50,08 %



Eigene Anteile
siehe Seite 97

Stammdaten der Leifheit-Aktie

ISIN/WKN	DE0006464506 / 646450
Börsenkürzel	LEI
Reuters Tickersymbol	LEIG.DE
Bloomberg Tickersymbol	LEI:GR
Handelssegment	Prime Standard
Branche	Consumer
Gattung	nennwertlose Inhaber-Stückaktien
Börsenplätze	alle deutschen Börsen
Designated Sponsor	Oddo Seydler Bank AG
Aufnahme der Börsennotierung	3. Oktober 1984

Analystenempfehlungen: „Halten“ oder „Kaufen“

Die Geschäftsentwicklung und Strategie der Leifheit Aktiengesellschaft aus Sicht des Kapitalmarkts wurden im Geschäftsjahr 2015 von den Analysten mehrerer Banken und durch Researchanbieter verfolgt. Anlageempfehlungen wurden von der Berenberg Bank, dem Bankhaus Lampe, der Oddo Seydler Bank und GSC Research veröffentlicht. Die Anlageempfehlungen der Analysten lauteten auf „Kaufen“ oder „Halten“ mit Kurszielen zwischen 48,00 € und 60,00 €. Ausführliche Informationen dazu finden Sie auf der Homepage der Leifheit Aktiengesellschaft unter analysten.leifheit-group.com.



analysten.leifheit-group.com

Fox Finance Award für den Jahresfinanzbericht 2014

Der Leifheit Jahresfinanzbericht 2014 wurde mit einem Fox Finance Award in Silber ausgezeichnet. Die Auszeichnung bestätigt dem Bericht eine weit überdurchschnittliche Wirkungskraft. Wir freuen uns sehr über diesen Preis und sehen ihn gleichzeitig als Ansporn und Verpflichtung, den Service für unsere Aktionäre und die Kommunikation mit der interessierten Öffentlichkeit stetig weiterzuentwickeln.

Dialog mit Aktionären und dem Kapitalmarkt

Die Leifheit Aktiengesellschaft sieht sich auf dem Kapitalmarkt als langfristig orientierter, solider Wachstums- und Dividendenwert. Offene Kommunikation mit unseren Aktionären und potenziellen Investoren ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir haben das Ziel, umfassend,



ir.leifheit-group.com

zeitnah und transparent über alle relevanten Entwicklungen und Ereignisse in unserem Unternehmen zu informieren. Vor diesem Hintergrund haben wir auch im vergangenen Geschäftsjahr auf zahlreichen Roadshows, Konferenzen sowie in einer Vielzahl von Einzelgesprächen den Austausch mit Analysten und Investoren gesucht. Viele Aktionäre der Leifheit Aktiengesellschaft nutzten die Möglichkeit, sich im Rahmen der Hauptversammlung von Vorstand und Aufsichtsrat umfassend über die Unternehmensentwicklung informieren zu lassen.

Im Februar 2015 nahm Leifheit an der internationalen Konsumgütermesse „Ambiente 2015“ teil. Wir nutzten die Gelegenheit, um den Fach- und Wirtschaftsmedien im Rahmen einer Pressekonferenz unsere Strategie und unsere neuen Produkte vorzustellen. Im März stand die jährliche Analystenkonferenz im Mittelpunkt unserer Investor-Relations-Arbeit, die wir zusammen mit der Bilanzpressekonferenz in Frankfurt am Main abhielten. Im November präsentierte sich die Leifheit Aktiengesellschaft wieder auf dem Deutschen Eigenkapitalforum vor Analysten und Investoren. Roadshows des Vorstands in wichtigen Finanzzentren Europas boten Analysten und Investoren zusätzliche Möglichkeiten für einen direkten Kontakt.

Unsere Homepage bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten, den Leifheit-Konzern mit seinen Marken und Produkten kennenzulernen. Auf den Investor-Relations-Seiten stellen wir unseren Aktionären, dem Kapitalmarkt und anderen Interessierten alle wesentlichen Informationen rund um unsere Aktie, die Strategie und die Kennzahlen des Leifheit-Konzerns, den Finanzkalender sowie sämtliche Finanzberichte, Nachrichten und Präsentationen zeitnah zur Verfügung. Darüber hinaus finden Sie dort auch die entsprechenden Kontaktdaten.

Bei Fragen und Anregungen erreichen Sie uns wie folgt:

Leifheit Aktiengesellschaft
Investor Relations
Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn
Telefon: +49 2604 977-218
Telefax: +49 2604 977-121218
E-Mail: ir@leifheit.com

B

Konzernlagebericht

14

Grundlagen des Konzerns

- 14 Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder
- 14 Unternehmensbereiche
- 15 Märkte und Marktpositionen
- 16 Veränderungen der Konzernstrukturen
- 16 Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung
- 17 Konzernstrategie und Ziele
- 17 Finanzierungsstrategie
- 17 Grundsätze des Steuerungssystems

18

Wirtschaftliches Umfeld

- 18 Gesamtwirtschaftliche Lage
- 19 Branchenentwicklung

20

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

- 20 Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf
- 21 Geschäftsverlauf
- 24 Entwicklung der Ertragslage
- 27 Entwicklung der Finanzlage
- 30 Entwicklung der Vermögenslage
- 32 Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

34

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

- 34 Mitarbeiter
- 37 Entwicklung und Innovation
- 39 Einkauf, Logistik und Produktion
- 40 Marketing und Vertrieb

43

Umwelt und Gesellschaft

- 43 Umwelt und Ressourcen
- 44 Gesellschaftliche Verantwortung
- 44 Verantwortung für unsere Produkte
- 44 Dialog mit unseren Stakeholdern
- 45 Gesellschaftliches Engagement

46

Chancen- und Risikobericht

- 46 Chancen
- 49 Risiken
- 50 Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem im Rechnungslegungsprozess
- 56 Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

56

Nachtragsbericht

57

Prognosebericht

60

Rechtliche Angaben

- 60 Übernahmerechtliche Angaben und erläuternder Bericht
- 61 Erklärung zur Unternehmensführung
- 61 Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- 61 Vergütungsbericht

Grundlagen des Konzerns

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

Geschäftstätigkeit und Geschäftsfelder

Der Leifheit-Konzern gliedert sein operatives Geschäft in zwei Unternehmensbereiche: das Markengeschäft und das Volumengeschäft. In unserem Markengeschäft, dem deutlich größeren der beiden Segmente, vertreiben wir Produkte unter den beiden bekannten Marken Leifheit und Soehnle. Diese Produkte zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit einem besonderen Verbrauchernutzen aus und werden im mittleren bis gehobenen Preissegment angeboten. Zum Volumengeschäft zählen die französischen Tochterunternehmen Biraubeau und Herby sowie unser Projektgeschäft. Hier umfasst

unser Angebot Produktsortimente in mittlerer Preislage, kundenspezifische Entwicklungen und deren Fertigung sowie bis zum vierten Quartal 2015 Lohnfertigung im Auftrag Dritter. In beiden Segmenten konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen in den Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Wir entwickeln unsere Produkte vorwiegend für die europäischen Märkte mithilfe eigener Entwicklungsabteilungen. Hiervon profitiert insbesondere das innovationsgetriebene Markengeschäft. Die Fertigung erfolgt sowohl in eigenen Produktionsstätten in Deutschland, der Tschechischen Republik und Frankreich als auch bei Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens.

Unternehmensbereiche

LEIFHEIT-KONZERN

MARKENGESCHÄFT

- Hochwertige Markenprodukte mit hohem Verbrauchernutzen im mittleren bis gehobenen Preissegment
- Konsequente Markenführung
- Systematische Innovations- und Markteinführungsprozesse
- Vertrieb in internationalen Märkten
- Produktkategorien: Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing

LEIFHEIT

SOEHNLE

VOLUMENGESCHÄFT

- Produkte in Mittelpreislagen
- Kundenspezifische Produktentwicklungen
- Hohe Servicekomponente
- Vertrieb in internationalen Märkten
- Produktkategorien: Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing

Biraubeau

herby

Projektgeschäft

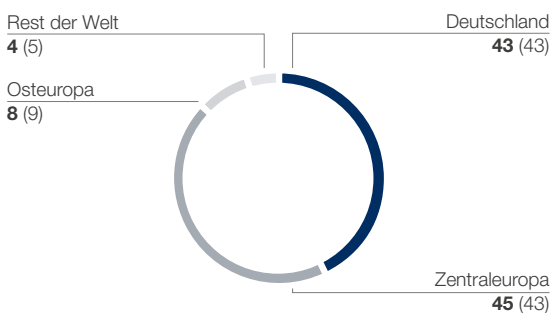
Märkte und Marktpositionen

Der Leifheit-Konzern verkauft seine Produkte in mehr als 80 Ländern weltweit. Die wichtigsten Absatzmärkte mit einem Anteil von jeweils mehr als 40 Prozent der Umsatzerlöse sind unser Heimatmarkt Deutschland und die Länder Zentraleuropas. Zur Vertriebsregion Zentraleuropa gehören zum Beispiel die Niederlande, Frankreich und Österreich. Über acht Prozent der Umsatzerlöse erzielen wir zurzeit in osteuropäischen Märkten wie Tschechien, Russland und Polen.

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

Absatzmärkte

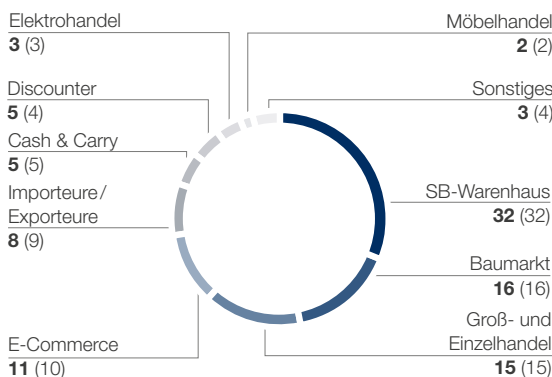
Umsatzanteile in % (Vorjahreswert)



Wir vertreiben unsere Produkte da, wo der Konsument sie kaufen möchte, und sind in allen relevanten Absatzkanälen vertreten. Wichtigster Vertriebskanal des Leifheit-Konzerns mit einem Anteil von etwas mehr als 30 Prozent der Umsatzerlöse sind SB-Warenhäuser. Jeweils etwa 15 Prozent der Konzernumsatzerlöse werden in Baumärkten und im traditionellen Groß- und Einzelhandel erzielt. Der Anteil des modernen Distanzhandels (E-Commerce) stieg in den vergangenen Jahren kontinuierlich und lag im Jahr 2015 bei etwa 11 Prozent.

Vertriebskanäle

Umsatzanteile in % (Vorjahreswert)



Weitere Informationen
Vertriebskanäle
siehe Seite 41

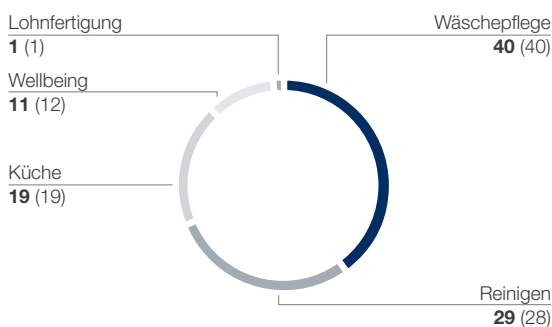
Wir konzentrieren uns auf die Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Bei Reinigungsgeräten, insbesondere bei den Flachwischsystemen, gehört Leifheit zu den führenden Anbietern in Deutschland und in vielen europäischen Märkten. Größte Produktkategorie mit einem Umsatzanteil von rund 40 Prozent sind Produkte für die Wäschepflege. Mit Reinigungsprodukten erzielen wir rund 30 Prozent und mit Küchenprodukten rund 20 Prozent der Konzernumsatzerlöse. Die Produktkategorie Wellbeing umfasst Produkte der Marke Soehnle und steht für rund 10 Prozent der Umsatzerlöse. Soehnle ist Marktführer für Personen- und Küchenwaagen in Deutschland. Hier halten wir mit Soehnle einen Marktanteil von 36,4 Prozent bei Küchenwaagen und 24,2 Prozent bei Personenwaagen. Auch in anderen europäischen Ländern gehört Soehnle zu den führenden Anbietern. Mit der Marke Soehnle sind wir darüber hinaus im Bereich der Aromadiffuser aktiv. Nach einer Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus dem Jahr 2014 ist Soehnle mit einem Anteil von rund 28 Prozent Marktführer im Segment Luftbehandlung und -befeuchtung in Deutschland.



Weitere Informationen
Regionen
siehe Seite 21 f.

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

Konzernumsatz nach Produktkategorien in % (Vorjahr)



Veränderungen der Konzernstrukturen

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

Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung

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

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

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

Konzernstrategie und Ziele

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

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

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

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

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

Finanzierungsstrategie

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



„Leifheit 2020“

Grundsätze des Steuerungssystems

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

Die Steuerung des Unternehmens richten wir an der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes aus. Hierfür nutzen wir ein wertorientiertes Managementsystem. Die bedeutendsten Steuerungsgrößen des Konzerns sind die Umsatzerlöse, das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) und der Free Cashflow. Die Messgrößen beider Unternehmenssegmente sind Umsatzerlöse sowie das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT). Darüber hinaus erfolgt auf Konzernebene eine Steuerung der Umsatzerlöse nach Regionen. Weiterhin wird jährlich auf Ebene des Konzerns die Kennzahl Return on Capital Employed (ROCE) ermittelt, welche die Profitabilität des von uns eingesetzten Kapitals misst. In den Unternehmensbereichen werden darüber hinaus auch die Bruttomarge und der Deckungsbeitrag gemessen. Im Geschäftsjahr 2015 wurden keine wesentlichen Veränderungen im Steuerungssystem vorgenommen.

Wirtschaftliches Umfeld

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

Gesamtwirtschaftliche Lage

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

+1,5%
Zunahme BIP
in Euroländern

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

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

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

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

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

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

Währungsentwicklung

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

Branchenentwicklung

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

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

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

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

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

Regulatorische Rahmenbedingungen

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

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Der Konzernumsatz stieg um 5,0 Prozent auf 231,8 Mio €. Mit einem Plus von 4,3 Prozent entwickelte sich das Markengeschäft weiter deutlich positiv. Gleichzeitig wurde die langfristige Umsatzentwicklung im Volumengeschäft stabilisiert. Das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern erreichte 21,7 Mio €. Um das Fremdwährungsergebnis bereinigt stieg das EBIT um 2,8 Mio € auf 19,2 Mio €.

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf

Die Erwartungen für den Geschäftsverlauf des Jahres 2015 wurden erreicht und teilweise deutlich übertroffen. Die Umsatzerlöse im Leifheit-Konzern stiegen um 5,0 Prozent auf 231,8 Mio €. Die ursprüngliche Planung lag bei einem Plus von 2 bis 3 Prozent. Hintergrund ist vor allem die positive Entwicklung im Markengeschäft mit verstärkter Nachfrage nach Leifheit Reinigungs- und Wäschepflegeprodukten. Gegenüber dem geplanten Wachstum von 3 bis 4 Prozent stiegen die Umsatzerlöse im Markengeschäft tatsächlich um 4,3 Prozent auf 188,1 Mio €. In unserem Volumengeschäft hatten wir mit einer konstanten Umsatzentwicklung gerechnet. Hier konnten wir die Umsatzerlöse durch einen neu gewonnenen Handelspartner um 8,6 Prozent auf 43,7 Mio € steigern.

Das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) erreichte 21,7 Mio €. Die Prognose hatte bei 16,4 Mio € gelegen. Ursachen für das deutliche Plus sind höhere Deckungsbeiträge aus den stärker gestiegenen Umsatzerlösen sowie ein Fremdwährungsergebnis von 2,5 Mio €. Im Vergleich zur Prognose stiegen der Return on Capital Employed auf 18,1 Prozent (erwartet 12,7 Prozent) und der Free Cashflow auf 14,1 Mio € (erwartet: 0,0 Mio €). Hintergründe sind hier das deutlich höhere Ergebnis sowie geringere Forderungen und höhere Verbindlichkeiten zum Bilanzstichtag; hinzu kommen geringere Investitionen als erwartet (zum Teil durch zeitliche Verschiebung geplanter Maßnahmen).

Die mit Veröffentlichung des Finanzberichts für das Jahr 2014 abgegebenen Prognosen für den Geschäftsverlauf des Folgejahres wurden von Leifheit kontinuierlich überprüft. Bei Bedarf wurden sie im Lauf des Jahres an die jeweils aktuelle Entwicklung angepasst. Hierzu wurden Ad-hoc-Mitteilungen, die quartalsweise Finanzberichterstattung und das Eigenkapitalforum genutzt.

Das im ersten Quartal 2015 erzielte Ergebnis (EBIT) fiel deutlich höher als prognostiziert aus. Ursache war das wegen der Kursentwicklung des US Dollars in diesem Zeitraum signifikant gestiegene Fremdwährungsergebnis. Dementsprechend wurde die Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2015 im April auf 19 bis 20 Mio € erhöht (Ad-hoc-Mitteilung). Zuvor hatten wir mit einem Konzernergebnis in Höhe des bereinigten Vorjahresergebnisses von 16,4 Mio € gerechnet. Die Umsatzprognose blieb zu diesem Zeitpunkt unverändert. Mit Abschluss des dritten Quartals passten wir unsere Erwartungen für das Ergebnis des Gesamtjahres vor dem Hintergrund der weiteren Geschäftsentwicklung auf gut 20 Mio € an.

Auf Konzernebene hatten wir im Geschäftsjahr 2015 ursprünglich mit einem Umsatzwachstum von 2 bis 3 Prozent gerechnet. In unserem Markengeschäft planten wir mit einem Umsatzanstieg von 3 bis 4 Prozent, im Volumengeschäft dagegen mit einer konstanten Umsatzentwicklung. Mit Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts wurde die Umsatzprognose angepasst. Wegen des positiven Geschäftsverlaufs im Markengeschäft erhöhten wir die Wachstumsprognose im Segment von 3 bis 4 Prozent auf 4 bis 5 Prozent. Auf Konzernebene erwarteten wir nun ein Plus von 3 bis 4 Prozent. Nach neun Monaten konkretisierten wir die Prognosen weiter: Die starke Entwicklung des Markengeschäfts setzte sich fort und infolge der Erstausrüstung eines französischen Handelspartners mit den Küchenprodukten von Birambeau wuchsen im dritten Quartal auch die Umsatzerlöse im Volumengeschäft kräftig. Deshalb erhöhten wir die Prognose für das Umsatzwachstum im Konzern auf ca. 4 Prozent; im Markengeschäft rechneten wir mit einem Plus von etwa 5 Prozent.

Die für das Jahr 2015 geplante Summe an Investitionen in Höhe von 9,0 Mio € wurde im November 2015 auf 7,5 Mio € reduziert. Zu diesem Zeitpunkt rechneten wir auch mit einem Free Cashflow von mehr als 8,0 Mio € (ursprünglich 0,0 Mio €).

Prognoseanpassungen	Ist 31.12.2014	Prognose 2015	April 2015	August 2015	November 2015	Ist 31.12.2015
Umsatz Konzern	220,7 Mio €	+2 bis 3 %		+3 bis 4 %	ca. +4 %	231,8 Mio € +5,0 %
Umsatz Markengeschäft	180,4 Mio €	+3 bis 4 %		+4 bis 5 %	etwa +5 %	188,1 Mio € +4,3 %
Umsatz Volumengeschäft	40,3 Mio €	konstante Umsatz- entwicklung				43,7 Mio € +8,6 %
EBIT Konzern	21,5 Mio €	16,4 Mio €	19 – 20 Mio €		gut 20 Mio €	21,7 Mio €
EBIT-Anteil Markengeschäft	75 %	etwa 75 %				71 %
EBIT-Anteil Volumengeschäft	25 %	etwa 25 %				29 %
Investitionen	6,2 Mio €	9,0 Mio €			7,5 Mio €	7,1 Mio €
Free Cashflow	18,4 Mio €	0,0 Mio €			> 8,0 Mio €	14,1 Mio
ROCE	20,3 %	12,7 %				18,1 %

Geschäftsverlauf

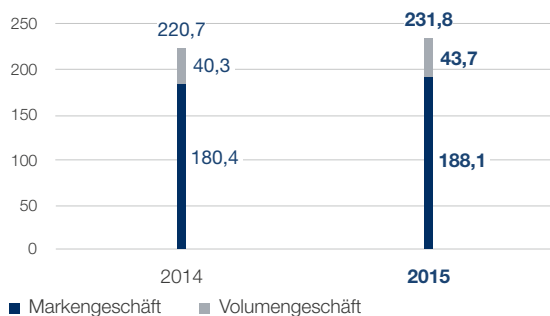
Konzernumsatz deutlich über Vorjahr

Im Geschäftsjahr 2015 erzielte der Leifheit-Konzern einen Umsatz in Höhe von 231,8 Mio € (2014: 220,7 Mio €). Damit wurde ein deutliches Wachstum von 5,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erreicht. Das erzielte Wachstum liegt damit über der Marktentwicklung in unseren Kernzielregionen, sowohl was die Absatzentwicklung in den Ländern der Eurozone, als auch was die Einzelhandelsumsätze in Deutschland betrifft. 57,4 Prozent der Umsatzerlöse wurden in ausländischen Märkten realisiert (2014: 56,9 Prozent).

Dazu beigetragen haben das gesunde Wachstum in unserem Markengeschäft, insbesondere mit Produkten der Marke Leifheit, und die dynamische Entwicklung der Produktkategorie Reinigen. Gleichzeitig konnten wir in unserem Volumengeschäft ein deutliches Wachstum erzielen. Dabei profitierten wir von der Entwicklung einzelner Bereiche des Segments, vor allem im dritten und vierten Quartal des Berichtsjahres. Überdurchschnittliche Zuwächse erreichten wir darüber hinaus in einigen zentraleuropäischen Märkten. Einen Beitrag leistete erneut auch die sehr erfreuliche Entwicklung unseres Vertriebskanals E-Commerce. Hier stiegen die Umsatzerlöse um fast 18 Prozent auf 25,3 Mio € (2014: 21,5 Mio €).

231,8 Mio €
Konzernumsatz

Konzernumsatz nach Segmenten in Mio €

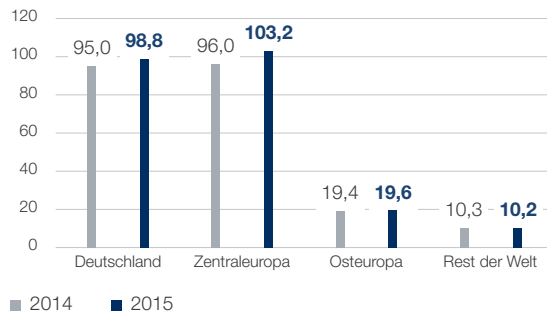


Anhaltendes Wachstum in Deutschland

In Deutschland erzielte der Leifheit-Konzern im Geschäftsjahr 2015 Umsatzerlöse in Höhe von 98,8 Mio € (2014: 95,0 Mio €) und damit ein Plus von 3,9 Prozent. Im Vorjahr hatte die Wachstumsrate bei 2,1 Prozent gelegen. 42,6 Prozent der Konzernumsatzerlöse im Berichtsjahr stammten damit aus unserem Heimatmarkt (2014: 43,1 Prozent). Zuwächse konnten wir vor allem in den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege sowie den Vertriebskanälen Baumarkt, E-Commerce, Discounter und SB-Warenhaus realisieren.

+3,9 %
Umsatzwachstum
in Deutschland

Konzernumsatz nach Regionen in Mio €



57,4% Auslandsanteil Überdurchschnittliche Umsatzentwicklung in zentraleuropäischen Märkten

In unseren zentraleuropäischen Auslandsmärkten konnten wir insgesamt um 7,7 Prozent wachsen. Die Umsatzerlöse im Berichtsjahr erreichten eine Höhe von 103,2 Mio € (2014: 96,0 Mio €). Die Zielregion Zentraleuropa erzielte im Geschäftsjahr 2015 einen Anteil von 44,5 Prozent der Konzernumsatzerlöse (2014: 43,5 Prozent). Der Anteil lag damit über dem unseres Heimatmarktes. Diese Entwicklung unterstreicht unsere Bemühungen, unser Geschäft international kontinuierlich auszubauen.

Osteuropäische Märkte mit stabilem Umsatz

Trotz der Rezession in Russland und der anhaltenden Krise in der Ukraine konnten wir die Umsätze in der Region Osteuropa insgesamt leicht steigern. Mit 19,6 Mio € fielen sie im Berichtsjahr um 0,8 Prozent höher aus als im Vergleichszeitraum (2014: 19,4 Mio €). Umsatzrückgänge in Russland, der Ukraine und der Slowakei konnten wir durch starkes Wachstum in Tschechien und Polen ausgleichen. Die Umsatzerlöse in Osteuropa wurden weiterhin nur im Markengeschäft erzielt. Wachstum erreichten wir hier mit den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege. Der Umsatzanteil der Zielregion Osteuropa erreichte im Berichtsjahr 8,4 Prozent (2014: 8,8 Prozent).

Konstante Entwicklung außerhalb Europas

In den außereuropäischen Märkten sind wir im Berichtsjahr unserem Ziel, Absatzchancen in diesen Regionen wieder verstärkt zu nutzen, einen ersten Schritt näher gekommen. Hier erreichten wir Umsatzerlöse von 10,2 Mio € und damit nur 0,9 Prozent weniger als im Vorjahr (2014: 10,3 Mio €). Während wir im Mittleren Osten und in Fernost erfreuliche Wachstumsraten erzielen konnten, mussten wir aufgrund des schwächeren Projektgeschäfts in den USA einen Umsatzrückgang hinnehmen.

Stabile Entwicklung der Konzernumsatzerlöse in den Quartalen

Die Konzernumsätze entwickelten sich im Berichtsjahr weitgehend gleichmäßig. Teilweise zeigten sich im Verlauf des Geschäftsjahres saisonale Einflüsse. So war das zweite Quartal 2015 durch ein später einsetzendes Frühjahrgeschäft mit Wäschespinnen infolge einer Kälteperiode in Deutschland in den ersten Monaten des Jahres gekennzeichnet. Das deutlich gesteigerte Wachstum im dritten Quartal 2015 hat seine Ursache in der Entwicklung unseres Volumengeschäfts. Hier konnten wir durch die Erstausrüstung eines neuen Handelspartners außergewöhnliche Zusatzumsatzerlöse erzielen. Im vierten Quartal wirkte sich vor allem ein Aktionsgeschäft des Vorjahres aus, das im Berichtsjahr nicht wiederholt werden konnte.

Konzernumsatzentwicklung nach Quartalen

Mio €	2014	2015
		58,1 (+3,9%)
Q1	55,9	55,1 (+5,2%)
Q2	52,4	60,0 (+12,3%)
Q3	53,5	58,6 (-0,6%)
Q4	58,9	231,8 (+5,0%)
	220,7	

Markengeschäft mit kontinuierlichem Wachstum

Im Zentrum unserer Strategie für ein gesteigertes Wachstum von Konzernumsatzerlösen und -ertrag steht das Markengeschäft.

Die Umsatzerlöse in unserem strategisch bedeutenden Markengeschäft konnten wir im Berichtsjahr um 4,3 Prozent auf 188,1 Mio € steigern (2014: 180,4 Mio €). Es ist unser Ziel, das Geschäft mit qualitativ hochwertigen Produkten der Marken Leifheit und Soehnle kontinuierlich weiter auszubauen. Das Wachstum des Markengeschäfts im Berichtsjahr wurde maßgeblich von den Produktkategorien Reinigen und Wäschepflege getragen; wesentlicher Wachstumstreiber war vor allem die dynamische Umsatzentwicklung der Leifheit Reinigungsprodukte. Der Anteil des Markengeschäfts an den Konzernumsatzerlösen erreichte 81,1 Prozent (2014: 81,8 Prozent).

In Deutschland konnten wir unsere Umsatzerlöse im Markengeschäft im Berichtsjahr um 4,8 Prozent auf 95,8 Mio € steigern (2014: 91,3 Mio €). Das Wachstum ermöglichten neue Produkte in den Kategorien Reinigen und Wäschepflege, intensive Unterstützung des Handels am Point of Sale (POS) sowie das anhaltend gute Konsumklima im Lauf des Jahres 2015.

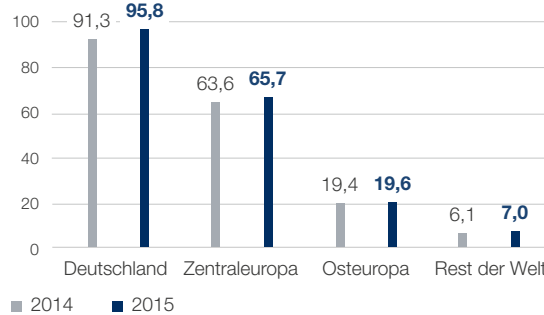
In unseren zentraleuropäischen Märkten konnten wir im Markengeschäft Umsatzerlöse in Höhe von 65,7 Mio € erzielen – ein Plus von 3,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2014: 63,6 Mio €). Starke Wachstumsraten erreichten wir zum Beispiel in Österreich, Italien, Belgien und Luxemburg; die Umsatzerlöse in den Niederlanden blieben auf hohem Niveau stabil, während sie sich in Frankreich leicht rückläufig entwickelten.

Die Umsätze mit unseren Marken in den osteuropäischen Zielmärkten erreichten 19,6 Mio €. Sie lagen mit 0,8 Prozent leicht über dem Vorjahreswert (2014: 19,4 Mio €). Durch ausgeprägtes Wachstum in Tschechien und Polen konnten wir krisenbedingte Rückgänge in Russland und der Ukraine ausgleichen.

In den außereuropäischen Absatzregionen summierten sich die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2015 auf 7,0 Mio €. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zunahme um 13,9 Prozent (2014: 6,1 Mio €). Die einzel-

nen Zielmärkte entwickelten sich dabei sehr unterschiedlich. Während die Umsatzerlöse in den USA deutlich zurückgingen, konnten wir im Nahen Osten und in Fernost ein gesundes Umsatzwachstum erzielen.

Markengeschäft: Umsatz nach Regionen
 in Mio €



+4,3%
 Umsatzwachstum
 im Markengeschäft

Volumengeschäft über den Erwartungen

Unser Volumengeschäft soll das Geschäft mit unseren Marken unterstützen, dabei führen wir dieses Segment vor allem unter Profitabilitätsgesichtspunkten. Das Volumengeschäft ist stark auf europäische Märkte und das Projektgeschäft in den Produktkategorien Küche und Wäschepflege fokussiert.

Im Geschäftsjahr 2015 konnten wir in unserem Volumengeschäft einen Umsatz in Höhe von 43,7 Mio € erzielen (2014: 40,3 Mio €). Das entspricht einer Steigerung um 8,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit steht das Volumengeschäft für einen Anteil von 18,9 Prozent der Umsatzerlöse im Leifheit-Konzern.

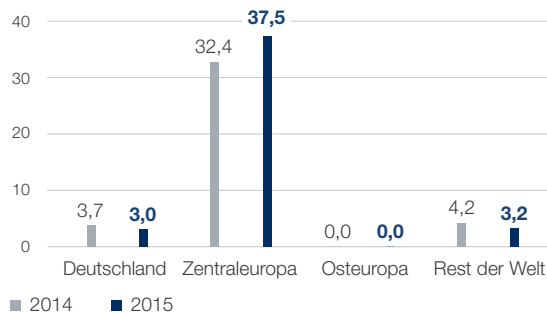
Für diese erfreuliche Entwicklung verantwortlich war vor allem das Geschäft von Birambeau in Frankreich. Dort profitierten wir im dritten Quartal von der Erstausrüstung eines neu gewonnenen Handelspartners mit Küchenprodukten. Mit unserer französischen Tochtergesellschaft Herby erzielten wir den größten Teil des Umsatzes in der Kategorie Wäschepflege im Volumengeschäft. Im Jahr 2015 erreichten wir hier ebenfalls ein deutliches Wachstum, das maßgeblich auf zwei ebenfalls neu gewonnenen Kunden beruht. Die Umsatzerlöse in unserer Region Zentraleuropa stiegen dadurch im Volumengeschäft um 15,8 Prozent auf 37,5 Mio € (2014: 32,4 Mio €).

+8,6%
 Umsatzwachstum
 im Volumengeschäft

In Deutschland erreichten wir einen Umsatz von 3,0 Mio € (2014: 3,7 Mio €). Der erneute deutliche Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist als Nachwirkung der Konsolidierung im Vertriebskanal Baumarkt durch das Ausscheiden einer der großen Ketten zu sehen. Vom Rückgang besonders betroffen war die Kategorie Wäschepflege.

In osteuropäischen Märkten sind wir zurzeit nicht mit Produkten des Volumengeschäfts aktiv. Außerhalb Europas erzielten wir im Geschäftsjahr 2015 Umsatzerlöse in Höhe von 3,2 Mio € (2014: 4,2 Mio €), überwiegend in den USA.

Volumengeschäft: Umsatz nach Regionen
in Mio €



14,3 Mio €
Periodenergebnis

Entwicklung der Ertragslage

Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern leicht über Vorjahresniveau

Der Leifheit-Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2015, trotz verminderter Fremdwährungsgewinne, ein Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) von 21,7 Mio € (2014: 21,5 Mio €). Das Fremdwährungsergebnis fiel im Berichtsjahr mit 2,5 Mio € deutlich niedriger als im Vorjahr aus (2014: 5,1 Mio €). Das Fremdwährungsergebnis beinhaltet die Änderungen der Zeitwerte von nicht dem Hedge Account unterliegenden Devisentermingeschäften, Fremdwährungsbewertungen sowie realisierte Kursgewinne und -verluste. Das wieder deutlich positive Fremdwährungsergebnis resultierte vor allem aus den abgeschlossenen Devisentermingeschäften und der Kursentwicklung des US Dollars.

Das Ergebnis vor dem Fremdwährungsergebnis erreichte im Berichtsjahr 19,2 Mio € (2014: 16,4 Mio €). Dies entspricht einer Steigerung um 2,8 Mio € oder 16,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im Wesentlichen trugen dazu die Deckungsbeiträge aus den gestiegenen Umsatzerlösen bei.

Aufgrund der gegenüber dem Vergleichsjahr verminderten Fremdwährungsgewinne nahm die EBIT-Marge um 0,5 Prozentpunkte auf 9,3 Prozent ab (2014: 9,8 Prozent). Sie berechnet sich aus dem Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern im Verhältnis zu den Umsatzerlösen. Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis stieg die EBIT-Marge dagegen um 0,9 Prozentpunkte auf 8,3 Prozent (2014: 7,4 Prozent).

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) erreichte im Berichtsjahr eine Höhe von 20,2 Mio € (2014: 19,8 Mio €). Das darin enthaltene Finanzergebnis verbesserte sich mit -1,4 Mio € gegenüber dem Vorjahr (2014: -1,7 Mio €). Nach Abzug der Steuern erzielte der Leifheit-Konzern schließlich ein Periodenergebnis von 14,3 Mio € (2014: 14,1 Mio €).

Im Geschäftsjahr 2015 betrug das Gesamtergebnis nach Steuern des Leifheit-Konzerns 20,4 Mio € (2014: 7,9 Mio €). Es enthält neben dem Periodenergebnis auch das sonstige Ergebnis. Im sonstigen Ergebnis werden die Ergebnisbestandteile ausgewiesen, die nicht im Periodenergebnis, sondern direkt im Eigenkapital in den sonstigen Rücklagen erfasst werden. Dies betrifft die Währungseffekte aus der Umrechnung von Abschlüssen in Fremdwährungen, Wertänderungen von Sicherungsgeschäften, Währungseffekte kapitalersetzender Darlehen von Konzerngesellschaften und insbesondere versicherungsmathematische Gewinne und Verluste aus den Pensionsverpflichtungen. Das sonstige Ergebnis stieg um 12,3 Mio € auf 6,0 Mio € (2014: -6,3 Mio €). Der Anstieg beruht im Wesentlichen auf versicherungsmathematischen Gewinnen aus den Pensionsverpflichtungen. Während im Vorjahr aufgrund des Rückgangs des Abzinsungssatzes Verluste von 12,2 Mio € entstanden waren, fielen im Berichtsjahr wegen des leichten Anstiegs des Zinssatzes Gewinne von 2,5 Mio € an.

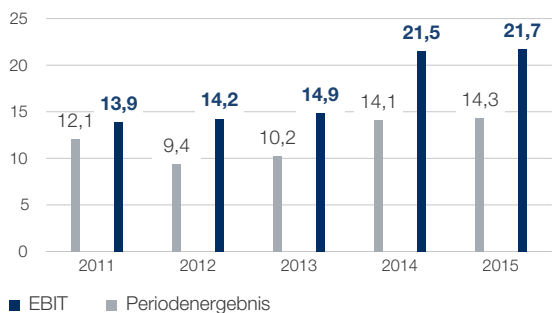
21,7 Mio €
Konzern-EBIT

Leifheit misst die Profitabilität des eingesetzten Kapitals und nutzt hierfür die Kennzahl Return on Capital Employed (ROCE). Wir setzen die Summe aus dem EBIT und den tatsächlichen Steuern ins Verhältnis zum eingesetzten Kapital, also dem Gesamtbetrag von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Vorräten und Anlagevermögen abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Im Jahr 2015 sank der ROCE um 2,2 Prozentpunkte auf 18,1 Prozent (2014: 20,3 Prozent). Hierfür waren vor allem der Anstieg der tatsächlichen Steuern und der durch die Ausweitung des Geschäftsvolumens bedingte Anstieg des Working Capitals verantwortlich. Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis stieg der ROCE um 0,9 Prozentpunkte auf 15,5 Prozent (2014: 14,6 Prozent).

Dies führte zu währungsbedingt deutlich höheren Einkaufspreisen für Waren, die in US Dollar und HK Dollar insbesondere in Fernost eingekauft werden. Währungsicherungen durch Devisentermingeschäften im Hedge Accounting, die in der Marge erfasst werden, konnten dies nicht vollständig ausgleichen. Dem stehen aber Fremdwährungsgewinne aus Devisentermingeschäften gegenüber, die nicht im Hedge Accounting abzubilden waren und im Fremdwährungsergebnis erfasst werden. Bereinigt um den Währungseffekt stieg die Bruttomarge im Berichtsjahr um 1,1 Prozentpunkte (2014: 2,8 Prozentpunkte). Die weiterhin konsequente Ausrichtung auf margenstarke Produkte und Geschäfte sowie Optimierungen beim Einkauf trugen hierzu bei.

18,1 %
ROCE

Konzernergebnis
in Mio €



Forschungs- und Entwicklungskosten

Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung stiegen um 1,0 Mio € auf 4,8 Mio € (2014: 3,8 Mio €). Sie umfassen vorwiegend Personalkosten, Kosten für Dienstleistungen und Patentgebühren.

Hintergrund für den Anstieg ist unsere neue Innovationsstrategie („Innovation Factory“) beziehungsweise die damit in Zusammenhang stehende personelle Verstärkung und ein Anstieg externer Dienstleistungen. Die Personalkosten stiegen um 0,5 Mio € und die Dienstleistungen um 0,8 Mio €.



Erneut deutliche Steigerung des Bruttoergebnisses

Das Bruttoergebnis stieg im Berichtsjahr auf 108,3 Mio € (2014: 105,2 Mio €). Der Anstieg von 3,1 Mio € im Vergleich zum Vorjahr resultierte vor allem aus den Deckungsbeiträgen der gesteigerten Umsatzerlöse. Während die Umsatzerlöse um 11,1 Mio € stiegen, ging die Bruttomarge um 1,0 Prozentpunkte auf 46,7 Prozent zurück (2014: 47,7 Prozent).

Vertriebskosten

Die Vertriebskosten erreichten im Berichtsjahr 70,2 Mio € (2014: 69,4 Mio €). Die Vertriebskosten beinhalten Werbekosten, Provisionen, Marketingkosten, Ausgangsfrachten, Versandkosten sowie die Kosten des Innen- und Außendienstes.

46,7 %
Bruttomarge

Die Bruttomarge wird aus dem Bruttoergebnis im Verhältnis zu den Umsatzerlösen errechnet. Hauptursache für den Rückgang der Bruttomarge im Berichtsjahr war die drastische Abwertung des Euros gegenüber dem US Dollar und HK Dollar.

Die umsatzabhängigen Kosten wie Ausgangsfrachten, Provisionen und Verpackungsmaterialien und Dienstleistungen für Vorführ- und Sortimentskräfte erhöhten sich mit den gestiegenen Umsatzerlösen. Dem steht ein Rückgang der Werbeaufwendungen um 1,1 Mio € gegenüber. 2014 hatten die Aufwendungen für Marktforschung und Werbung überproportional um 3,3 Mio € zugenommen.

Verwaltungskosten

Unsere Verwaltungskosten fielen im Berichtsjahr um 1,5 Mio € auf 15,3 Mio € (2014: 16,8 Mio €). Sie beinhalten in erster Linie die Personalaufwendungen und die Dienstleistungen zur Unterstützung unserer Finanz- und Verwaltungsfunktionen.

Die Personalkosten fielen um 1,6 Mio €, insbesondere aufgrund der Abnahme einer langfristigen Vorstandsvergütung. Die Aufwendungen für Dienstleistungen fielen um 0,4 Mio €, nachdem diese im Vorjahr im Zusammenhang mit der Überarbeitung unserer Strategie um 0,2 Mio € zunahmen. Die Instandhaltungsaufwendungen in unserem tschechischen Produktionswerk stiegen um 0,3 Mio €.

Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im Berichtsjahr um 0,4 Mio € auf 1,5 Mio € (2014: 1,1 Mio €). Sie beinhalten hauptsächlich Provisions- und Lizenzträge. Im Berichtsjahr wurden zusätzlich Erträge aus Anlagenabgängen von 0,1 Mio € realisiert. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen betragen 0,2 Mio € (2014: 0,0 Mio €).

2,5 Mio €

Fremdwährungsergebnis

Fremdwährungsergebnis

Das Fremdwährungsergebnis im Berichtsjahr erreichte 2,5 Mio € (2014: 5,1 Mio €).

29,1 %

Steuerquote

Die Fremdwährungsgewinne resultierten im Wesentlichen aus der weiteren Aufwertung des US Dollars und des HK Dollars im Verlauf des Berichtsjahres. Aus der Bewertung von Devisentermingeschäften, die nicht im Hedge Accounting abzubilden waren, ergaben sich nicht realisierte Kursgewinne von 0,7 Mio € (2014: 3,1 Mio €). Die nicht realisierten Gewinne aus den Fremdwährungsbewertungen betrafen im Wesentlichen die Stichtagsbewertung von Forderungen und Verbindlichkeiten in fremden Währungen. Die realisierten Kursgewinne betrafen Gewinne aus im Berichtsjahr fällig gewordenen Devisentermingeschäften, Kursgewinne aus realisierten Forderungen und Verbindlichkeiten sowie aus der Bewertung von Zahlungsmitteln in Höhe von 2,2 Mio € (2014: 1,4 Mio €).

Ergebnisrechnung (Kurzfassung)

Mio €	2014	2015
Umsatzerlöse	220,7	231,8
Ergebnis vor Fremdwährungsergebnis, Zinsen und Ertragsteuern	16,4	19,2
Fremdwährungsergebnis	5,1	2,5
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	21,5	21,7
Zins- und Finanzergebnis	-1,7	-1,5
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	19,8	20,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-5,7	-5,9
Periodenergebnis	14,1	14,3
Sonstiges Ergebnis	-6,2	6,1
Gesamtergebnis nach Steuern	7,9	20,4

Zins- und Finanzergebnis

Unser Zins- und Finanzergebnis stieg um 0,3 Mio € auf -1,4 Mio € (2014: -1,7 Mio €). Die Zinserträge verminderten sich aufgrund des weiter gesunkenen Zinsniveaus von 0,4 Mio € im Vorjahr auf 0,1 Mio € im Berichtsjahr. Ebenso nahmen die Zinsaufwendungen um 0,6 Mio € auf 1,5 Mio € ab. Von den Zinsaufwendungen entfielen 1,4 Mio € auf die Aufzinsung der Pensionsverpflichtungen (2014: 1,9 Mio €) und 0,1 Mio € auf sonstige Aufzinsungen von Verbindlichkeiten (2014: 0,3 Mio €).

Steuern

Im Jahr 2015 betragen die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag insgesamt 5,9 Mio € (2014: 5,7 Mio €). Sie umfassten die Ertragsteuern in Deutschland in Höhe von 2,8 Mio € (2014: 1,6 Mio €), die ausländischen Ertragsteuern in Höhe von 2,0 Mio € (2014: 1,7 Mio €) und latente Steuern in Höhe von 1,1 Mio € (2014: 2,4 Mio €). Die Steuerquote lag somit bei 29,1 Prozent (2014: 28,7 Prozent). Sie ist das Verhältnis der Steuern vom Einkommen und Ertrag zum Ergebnis vor Ertragsteuern. Der Anstieg der Quote resultiert im Wesentlichen aus dem gestiegenen Steuersatz der Leifheit Aktiengesellschaft aufgrund des gestiegenen Hebesatzes der Gewerbesteuer am Stammsitz in Nassau. Die latenten Steuern beinhalten die latenten Steueraufwendungen aus der Nutzung der Verlustvorträge der Leifheit Aktiengesellschaft von 1,1 Mio € (2014: 2,0 Mio €).

Die latenten Steuern gingen zurück, da die körperschaftsteuerlichen Verlustvorträge der Leifheit Aktiengesellschaft im Geschäftsjahr 2014 aufgebraucht wurden und im Jahr 2015 nur noch gewerbsteuerliche Verlustvorträge zur Verfügung standen. Im Gegenzug stieg die Körperschaftsteuer der Leifheit Aktiengesellschaft um 1,1 Mio €.

Segmentergebnisse

Im Markengeschäft erzielte der Leifheit-Konzern im Geschäftsjahr 2015 ein EBIT von 15,5 Mio € (2014: 16,2 Mio €). Der Rückgang resultierte ausschließlich aus dem im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Fremdwährungsergebnis von 0,9 Mio € (2014: 4,0 Mio €). Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis erreichte das EBIT dagegen 14,6 Mio € (2014: 12,2 Mio €) – ein Anstieg von 2,4 Mio €. Die Bruttomarge ging leicht um 0,8 Prozentpunkte auf 49,3 Prozent zurück (2014: 50,1 Prozent). Hauptursache waren die währungsbedingt teureren Einkäufe von Waren wegen der weiteren Aufwertung des US Dollars und HK Dollars im Lauf des Jahres. Der Deckungsbeitrag im Markengeschäft stieg jedoch um 0,9 Mio € auf 77,3 Mio € (2014: 76,4 Mio €). Der negative Währungseffekt wurde durch die zusätzlichen Deckungsbeiträge aus den erhöhten Umsatzerlösen überkompensiert. Das EBIT profitierte zusätzlich von einem Rückgang der Kosten im Markengeschäft.

Damit erwirtschaftete das Markengeschäft im Geschäftsjahr 2015 rund 71 Prozent des Konzernergebnisses (2014: rund 75 Prozent). Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis lag der Anteil bei 76 Prozent (2014: rund 74 Prozent) – entsprechend unserem strategischen Fokus auf das margenstärkere Geschäft.

Im Volumengeschäft erreichte das EBIT im Berichtsjahr 6,2 Mio € (2014: 5,3 Mio €). Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis betrug das EBIT 4,6 Mio € und lag damit um 0,4 Mio € über dem Vorjahr (2014: 4,2 Mio €). Die Bruttomarge ließ wie im Markengeschäft währungsbedingt um 1,5 Prozentpunkte auf 35,4 Prozent (2014: 36,9 Prozent) nach. Aufgrund der zusätzlichen Deckungsbeiträge aus den erhöhten Umsatzerlösen stieg der Deckungsbeitrag im Volumengeschäft um 0,2 Mio € auf 13,7 Mio € (2014: 13,5 Mio €).

EBIT nach Segmenten

in Mio €



15,5 Mio €
EBIT Markengeschäft

Entwicklung der Finanzlage

Finanzmanagement

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

Mit der vorhandenen Konzernliquidität und den verfügbaren Kreditlinien sind wir jederzeit in der Lage, unseren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Es existieren keine Beschränkungen hinsichtlich der Verfügbarkeit von liquiden Mitteln.

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

6,2 Mio €
EBIT Volumengeschäft

44,9%
 Eigenkapitalquote

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

Liquiditätsmanagement

Unsere betriebliche Tätigkeit ist die primäre Quelle zum Auf- und Ausbau von Zahlungsmitteln, Zahlungsmitteläquivalenten, sonstigen Geldanlagen und kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten. Wir haben in der Vergangenheit die Zahlungsmittel im Wesentlichen für unsere Geschäftsaktivitäten und die daraus resultierenden Investitionen, für den Erwerb von Unternehmen oder Unternehmensteilen, die Zahlung von Dividenden und den Rückkauf von eigenen Aktien eingesetzt. Wir verfolgen das Ziel, auch zukünftig genügend Liquidität zu generieren, um eine Ausschüttung jährlicher Dividenden im Rahmen einer kontinuierlichen Dividendenpolitik sicherzustellen.

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

Management der Kapitalstruktur

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

Kapitalstruktur

Die Eigenkapitalquote lag zum Ende des Geschäftsjahres 2015 bei 44,9 Prozent (2014: 42,5 Prozent). Sie errechnet sich aus dem Verhältnis des Eigenkapitals zur Summe aus Eigenkapital und Schulden.

Zum 31. Dezember 2015 reduzierte sich unser Verschuldungsgrad im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 2,4 Prozentpunkte auf 55,1 Prozent (2014: 57,5 Prozent). Diese Kennzahl errechnet sich aus dem Verhältnis der kurz- und langfristigen Schulden zur Summe aus Eigenkapital und Schulden. Der Rückgang des Verschuldungsgrads resultierte vor allem aus dem Anstieg des Eigenkapitals. Gleichzeitig erhöhten sich zum Stichtag auch die Schulden. Höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten sowie höhere passive latente Steuern waren die Hauptgründe des Anstiegs um 2,7 Mio €.

Die Schulden bestanden zum 31. Dezember 2015 hauptsächlich aus Pensionsverpflichtungen in Höhe von 66,4 Mio € (2014: 69,0 Mio €), Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten von 50,8 Mio € (2014: 47,8 Mio €), Rückstellungen mit einem Wert von 8,6 Mio € (2014: 8,0 Mio €) und passiven latenten Steuern von 4,3 Mio € (2014: 2,5 Mio €). Wie im Vorjahr hatte Leifheit zum Ende des Geschäftsjahres 2015 keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

	31.12.2014		31.12.2015	
	Mio €	Anteil in %	Mio €	Anteil in %
Eigenkapital	94,8	42,5	106,7	44,9
Kurzfristige Schulden	54,8		58,3	
Langfristige Schulden	73,7		72,9	
Schulden	128,5	57,5	131,2	55,1
Eigenkapital und Schulden	223,3	100,0	237,9	100,0

Analyse der Konzernliquidität

Die Konzernliquidität zum 31. Dezember 2015 betrug 68,2 Mio € (2014: 62,8 Mio €). Die Konzernliquidität umfasst Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie kurzfristige finanzielle Vermögenswerte. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 64,2 Mio € (2014: 58,8 Mio €) umfassten Sichteinlagen und innerhalb einer Frist von drei Monaten kündbare Festgelder. Die kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte in Höhe von 4,0 Mio € (2014: 4,0 Mio €) enthielten eine Namensschuldverschreibung mit einer Laufzeit bis März 2017, die auch vor Ablauf der Laufzeit mit einer Frist von drei Monaten kündbar ist. Zum Bilanzstichtag setzte sich die Konzernliquidität vorwiegend aus Beträgen in Euro in Höhe von 59,8 Mio € (2014: 56,4 Mio €), US Dollar in Höhe von 4,2 Mio € (2014: 0,9 Mio €), Tschechischen Kronen in Höhe von 1,6 Mio € (2014: 0,6 Mio €) und Polnischen Zloty in Höhe von 1,9 Mio € (2014: 0,4 Mio €) zusammen.

Der Anstieg unserer Konzernliquidität um 5,4 Mio € zum 31. Dezember 2015 auf 68,2 Mio € ist hauptsächlich auf den Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in Höhe von 20,8 Mio € (2014: 24,5 Mio €) zurückzuführen. Dagegen standen die im Berichtsjahr gezahlte Dividende von 8,6 Mio € (2014: 7,8 Mio €) und Investitionen von 7,1 Mio € (2014: 6,2 Mio €).

Mio €	Veränderung	31.12.2014	31.12.2015
Guthaben bei Kreditinstituten	5,4	58,8	64,2
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	–	4,0	4,0
Konzernliquidität	5,4	62,8	68,2
Finanzschulden	–	–	–
Nettoliiquidität	5,4	62,8	68,2

68,2 Mio €
 Konzernliquidität

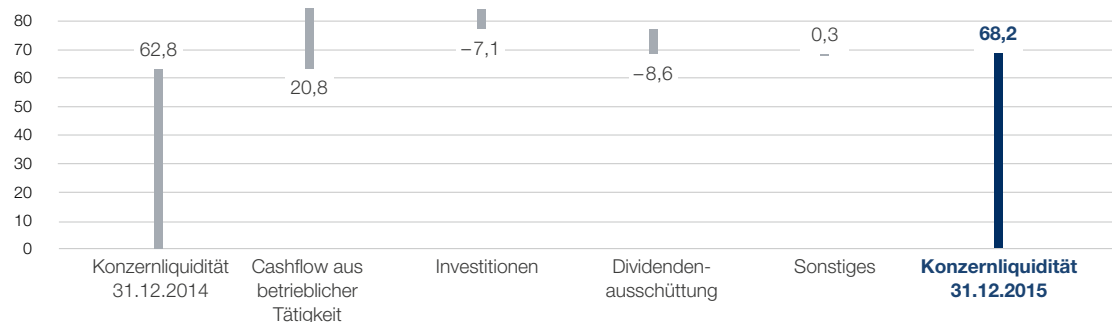
Analyse der Konzernkapitalflussrechnung

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit fiel im Jahr 2015 um 3,7 Mio € auf 20,8 Mio € (2014: 24,5 Mio €). Er resultierte hauptsächlich aus dem Periodenergebnis in Höhe von 14,3 Mio € (2014: 14,1 Mio €), Abschreibungen von 5,8 Mio € (2014: 6,3 Mio €), der Abnahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 2,6 Mio € (2014: Zunahme um 2,0 Mio €), dem Anstieg der Vorräte um 7,5 Mio € (2014: Anstieg um 1,8 Mio €) sowie dem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten um 3,0 Mio € (2014: Anstieg um 8,5 Mio €).

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit bezifferte sich im Geschäftsjahr 2015 auf 6,7 Mio € (2014: 9,1 Mio €). Hierbei betragen die Auszahlungen für den Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten insgesamt 7,1 Mio € (2014: 6,2 Mio €). Im Berichtsjahr gab es keine Veränderung der finanziellen Vermögenswerte (2014: Auszahlungen von 3,0 Mio €). Aus dem Verkauf von Anlagegütern wurden 0,5 Mio € realisiert (2014: 0,1 Mio €). Dies betraf hauptsächlich die Veräußerung einer Lagerhalle am Stammsitz der Leifheit Aktiengesellschaft.

20,8 Mio €
 Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit

Konzernliquidität in Mio €



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

Mio €	Veränderung	2014	2015
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-3,7	24,5	20,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	2,4	-9,1	-6,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-0,7	-7,8	-8,5

Free Cashflow

14,1 Mio €

Free Cashflow

Der Free Cashflow sank im Geschäftsjahr 2015 auf 14,1 Mio € (2014: 18,4 Mio €). Diese Kennzahl gibt an, wie viel Liquidität für die Rückführung von Fremdfinanzierung oder für die Ausschüttung von Dividenden an die Aktionäre verbleibt. Der Free Cashflow ist die Summe aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und dem Cashflow aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in finanzielle Vermögenswerte und aus Veräußerungen von Unternehmensbereichen. Wesentlicher Grund für den Rückgang war der umsatzbedingte Anstieg des Working Capitals.

Mio €	Veränderung	2014	2015
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	-3,7	24,5	20,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit bereinigt*	-0,6	-6,1	-6,7
Free Cashflow	-4,3	18,4	14,1

*Bereinigt um finanzielle Vermögenswerte und Veräußerungen von Unternehmensbereichen.

Kreditlinien

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

Entwicklung der Vermögenslage

Bilanzstruktur

Die Bilanzsumme des Leifheit-Konzerns stieg zum 31. Dezember 2015 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 14,6 Mio € auf 237,9 Mio € (2014: 223,3 Mio €). Dieser Anstieg resultierte vornehmlich aus höheren kurzfristigen Vermögenswerten. Zum Bilanzstichtag betrugen diese 167,6 Mio € und lagen damit um 12,9 Mio € höher als zum 31. Dezember 2014. Ein Grund hierfür war der Anstieg der Zahlungsmittel, der Vorräte und der derivativen Finanzinstrumente. Die Zahlungsmittel wuchsen um 5,4 Mio € auf 64,2 Mio € zum Ende des Berichtsjahres (2014: 58,8 Mio €). Die finanziellen Vermögenswerte enthielten unverändert wie im Vorjahr Namensschuldverschreibungen in Höhe von 4,0 Mio €. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gingen um 2,5 Mio € auf 46,1 Mio € zurück (2014: 48,6 Mio €), hauptsächlich aufgrund des niedrigeren Umsatzes im Dezember 2015 gegenüber dem Dezember 2014. Die Vorräte stiegen um 7,6 Mio € auf 43,0 Mio € (2014: 35,4 Mio €). Der Anstieg der Vorräte ergab sich vor allem aus der Bevorratung für die Listung bei einem neu gewonnenen Handelspartner in Frankreich. Die kurzfristigen aktiven derivativen Finanzinstrumente wuchsen um 2,3 Mio € auf 5,6 Mio € (2014: 3,3 Mio €). Sie beinhalteten sowohl die Aufwertungen für im Jahr 2015 neu abgeschlossene Devisentermingeschäfte als auch die weitere Aufwertung seit 2014 bestehender Geschäfte.

Unsere langfristigen Vermögenswerte stiegen um 1,8 Mio € auf 70,4 Mio € zum 31. Dezember 2015 (2014: 68,6 Mio €). Dies war vor allem auf den Anstieg der aktiven langfristigen derivativen Finanzinstrumente um 2,8 Mio € auf 4,8 Mio € zurückzuführen (2014: 2,0 Mio €), die ebenso wie die kurzfristigen derivativen Finanzinstrumente die Aufwertung neuer und bestehender Devisentermingeschäfte enthalten. Das Anlagevermögen stieg ebenfalls um 1,3 Mio € aufgrund des Anstiegs der Investitionen um 0,9 Mio €, bei einem Rückgang der Abschreibungen um 0,5 Mio €. Gegenläufig wirkte der Rückgang der aktiven latenten Steuern um 1,6 Mio € auf 9,8 Mio € (2014: 11,4 Mio €), im Wesentlichen aufgrund der Nutzung der verbleibenden Verlustvorträge der Leifheit Aktiengesellschaft. Die langfristigen Forderungen aus Ertragsteuern gingen zum Bilanzstichtag um 0,7 Mio € auf 0,8 Mio € zurück (2014: 1,5 Mio €).

Die kurzfristigen Schulden, also mit Fälligkeiten von unter einem Jahr, enthalten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten, derivative Finanzinstrumente, Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern und Rückstellungen. Sie erhöhten sich zum 31. Dezember 2015 auf 58,3 Mio € und lagen damit um 3,5 Mio € höher als zum Ende des Vorjahres (2014: 54,8 Mio €). Die Zunahme resultierte im Wesentlichen aus erhöhten Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Verbindlichkeiten, die um 3,0 Mio € auf 50,8 Mio € stiegen (2014: 47,8 Mio €). Dies betraf hauptsächlich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mit einem Anstieg von 5,1 Mio €. Gegenläufig entwickelten sich die kurzfristigen passiven derivativen Finanzinstrumente, die um 0,7 Mio € abnahmen (2014: 0,7 Mio €).

Die langfristigen Schulden sanken zum Geschäftsjahresende 2015 um 0,8 Mio € auf 72,9 Mio € (2014: 73,7 Mio €). Die langfristigen Schulden beinhalteten vorwiegend die Pensionsverpflichtungen in Höhe von 66,4 Mio € (2014: 69,0 Mio €). Der Rückgang der Pensionsverpflichtungen um 2,6 Mio € resultierte hauptsächlich aus versicherungsmathematischen Gewinnen von 2,5 Mio € (2014: Verlust von 12,2 Mio €). Dies lag vor allem am Anstieg des Rechnungszinses von 2,2 Prozent auf 2,3 Prozent, mit dem die Pensionsverpflichtungen abgezinst wurden.

Das Eigenkapital zum 31. Dezember 2015 erreichte 106,7 Mio € (2014: 94,8 Mio €). Wesentliche Faktoren für die Entwicklung des Eigenkapitals waren das Periodenergebnis in Höhe von 14,3 Mio € (2014: 14,1 Mio €), das positive sonstige Ergebnis von 6,0 Mio € (2014: -6,3 Mio €) und die ausgeschüttete Dividende von 8,6 Mio € (2014: 7,8 Mio €). Die Eigenkapitalquote, also der Anteil des Eigenkapitals an der Bilanzsumme, lag damit zum Ende des Geschäftsjahres 2015 bei 44,9 Prozent (2014: 42,5 Prozent).


Investitionen

Im Geschäftsjahr 2015 investierten wir 7,1 Mio € (2014: 6,2 Mio €). Darin enthalten sind Investitionen in die Erweiterung unseres tschechischen Produktionsstandortes um eine Lagerhalle für das Logistikzentrum Osteuropa in Höhe von 1,9 Mio €. Die Fertigstellung dieses Distributionszentrums ist für Mitte 2016 geplant. Alle weiteren größeren Investitionsmaßnahmen im Geschäftsjahr 2015 waren zum Jahresende weitgehend abgeschlossen.

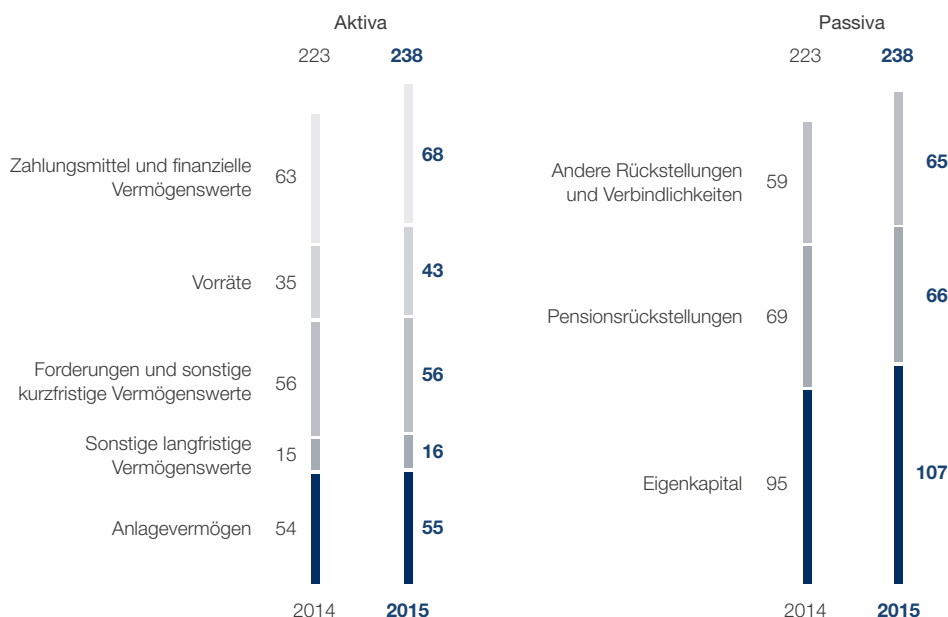
Am Stammsitz in Nassau wurde eine nicht mehr benötigte Lagerhalle veräußert. Der Erlös betrug 0,3 Mio €. Im Berichtsjahr gab es darüber hinaus keine weiteren wesentlichen Veräußerungen von Anlagevermögen.

44,9 %
 Eigenkapitalquote

7,1 Mio €
 Investitionen


 Effizienz in der Wertschöpfungskette

Bilanzrelationen in Mio €



Die Zugänge zum Sachanlagevermögen im Geschäftsjahr 2015 summierten sich auf 6,1 Mio € (2014: 5,1 Mio €). Dabei handelte es sich im Wesentlichen um Werkzeuge für neue Produkte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Investitionen in das Logistikzentrum Osteuropa in Tschechien. Außerdem investierten wir 1,0 Mio € in immaterielle Vermögenswerte (2014: 1,0 Mio €). Dies betraf hauptsächlich die Anschaffung von Software. In unserem deutschen Logistikzentrum wurde im Geschäftsjahr 2015 ein neues Lagermanagementsystem eingeführt.

4,1 %
 Investitionsquote

Die Investitionsquote – die Zugänge zum Anlagevermögen bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten – belief sich im Geschäftsjahr 2015 auf 4,1 Prozent (2014: 3,6 Prozent). Im Markengeschäft investierten wir 6,4 Mio € (2014: 5,5 Mio €) und im Volumengeschäft erreichten die Investitionen 0,7 Mio € (2014: 0,7 Mio €). Den Investitionen standen Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 5,0 Mio € (2014: 5,4 Mio €) und auf immaterielle Vermögenswerte von 0,8 Mio € (2014: 0,9 Mio €) gegenüber.

Am 31. Dezember 2015 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens – hauptsächlich für Software, Werkzeuge, Brandschutz, Montageanlagen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung – in Höhe von 1,2 Mio € (2014: 1,7 Mio €). Sie werden aus dem Finanzmittelbestand finanziert.

Nicht bilanzielle Vermögenswerte und außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Neben den in der Konzernbilanz ausgewiesenen Vermögenswerten nutzt Leifheit in sehr geringem Maße auch nicht bilanzierungsfähige Vermögenswerte. Dies betrifft überwiegend gemietete Güter.

Im Geschäftsjahr 2015 nutzten wir wie in den Vorjahren keine außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Das Geschäftsjahr 2015 verlief für Leifheit sehr erfreulich. Wir konnten unsere Leistungsziele erreichen und teilweise sogar übertreffen. Die konsequente Umsetzung unserer Strategie „Leifheit 2020“ zeigte erkennbar erste Ergebnisse. Mit einem Umsatzplus von 5 Prozent im Konzern auf 231,8 Mio € schwenkten wir auf den von uns angestrebten Wachstumskurs, auch wenn wir noch einen langen Weg vor uns haben. Die Wachstumsrate des Berichtsjahres liegt auf jeden Fall auf dem von uns angestrebten mittelfristigen Niveau.

Das von uns im Jahr 2015 erreichte Wachstum übertraf die Marktentwicklung in unseren Kernzielregionen, sowohl was die Absatzentwicklung in den Ländern der Eurozone als auch was die Einzelhandelsumsätze in Deutschland anbetrifft. Wir sehen dies als Zeichen dafür, dass wir mit innovativen und verbraucherorientierten Produkten auf dem richtigen Weg sind, unsere Marktpositionen zu verbessern. Auch unseren Auslandsanteil konnten wir leicht steigern. Über 57 Prozent der Konzern Erlöse wurden in internationalen Märkten realisiert. Mit dem neuen Logistikzentrum in Tschechien steigern wir unsere Effizienz und unsere Flexibilität bei der Belieferung unserer osteuropäischen Wachstumsmärkte.

In unserem strategisch bedeutenden Markengeschäft steigerten wir die Umsatzerlöse auf 188,1 Mio €. Mit dem erzielten Plus von 4,2 Prozent konnten wir die Entwicklung des Vorjahres weitgehend fortsetzen. Das Wachstum im Markengeschäft wird insbesondere von Produkten der Marke Leifheit und der dynamischen Entwicklung der Produktkategorie Reinigen getragen. Dies entspricht unserem strategischen Fokus auf den Produktbereich Clean & Care. Bei Soehnle haben wir neue Produkte und Initiativen in den Markt gebracht, von denen wir uns zukünftig Erfolg erwarten.

Im Volumengeschäft konnten wir die langfristige Umsatzentwicklung stabilisieren. Wir hatten für das Geschäftsjahr mit konstanten Erlösen geplant. Es ist uns jedoch gelungen, einen neuen französischen Handelspartner zu gewinnen. Infolge der Erstausstattung seiner Märkte mit den Küchenprodukten von Birambeau wuchsen die Erlöse im Volumengeschäft kräftig. Insgesamt erzielten wir im Volumengeschäft Umsatzerlöse von 43,7 Mio € – ein Plus von 8,6 Prozent.

Durch das signifikante Wachstum der Konzern Erlöse erzielten wir im Berichtsjahr – trotz geringerer Fremdwährungsgewinne – ein Ergebnis (EBIT) von 21,7 Mio €. Das entspricht in etwa dem Ergebnis des Vorjahres, obwohl das Fremdwährungsergebnis um die Hälfte niedriger ausfiel. Das um Währungsgewinne bereinigte Ergebnis stieg um 2,8 Mio € auf 19,2 Mio €, die bereinigte Marge um etwa einen Prozentpunkt auf 8,3 Prozent. Damit sehen wir uns auch bei der Steigerung der Profitabilität auf dem richtigen Weg.

Zum Ende des Geschäftsjahres stieg unsere Liquidität im Konzern durch den Mittelzufluss auf 68,2 Mio €. Die hohe Liquidität sichert finanzielle Flexibilität und Unabhängigkeit sowie die Möglichkeit, jährlich angemessene Dividenden auszuschütten. Gleichzeitig hatte Leifheit wie bereits im Vorjahr keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten. Unsere Eigenkapitalquote verbesserte sich weiter auf 44,9 Prozent. Mit diesem soliden Finanzprofil sehen wir uns gut gerüstet für die konsequente Fortsetzung unseres Wachstumskurses bei Umsatz und Ertrag.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

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

Mitarbeiter

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

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

und die Fähigkeiten der Bewerber im Mittelpunkt. Wir haben den Anspruch, jede Stelle mit dem am besten geeigneten Kandidaten zu besetzen.

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

Zahl der Mitarbeiter nahezu stabil

Am 31. Dezember 2015 beschäftigte der Leifheit-Konzern insgesamt 1.049 Mitarbeiter (2014: 1.055 Mitarbeiter). Davon arbeiteten 410 Mitarbeiter in Deutschland (2014: 405 Mitarbeiter). Dies entspricht einem Anteil von 39,1 Prozent (2014: 38,4 Prozent) der gesamten Belegschaft. In der Tschechischen Republik beschäftigten wir an unseren Produktions- und Vertriebsstandorten 397 Mitarbeiter (2014: 424 Mitarbeiter). In Frankreich arbeiteten am Ende des Berichtsjahres 176 Mitarbeiter (2014: 165 Mitarbeiter) bei Leifheit.

Am 31. Dezember 2015 gehörten 831 Mitarbeiter zu unserem Markengeschäft (2014: 782 Mitarbeiter), das heißt mit einem Anteil von 79,2 Prozent (2014: 74,1 Prozent) die überwiegende Mehrheit aller Beschäftigten. Zu unserem Volumengeschäft gehörten am Jahresende 218 Mitarbeiter (2014: 273 Mitarbeiter). Für die Verschiebungen der Mitarbeiterzahlen zwischen Marken- und Volumengeschäft ist die Beendigung der Lohnfertigung für Dritte in Blatná im vierten Quartal 2015 ursächlich. Die Mitarbeiter wurden in die Fertigung von Markenprodukten übernommen.

Die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten im Leifheit-Konzern im Geschäftsjahr 2015 lag bei 1.054 Mitarbeitern (2014: 1.039 Mitarbeiter).

1.049

Mitarbeiter zum Jahresende

Personalstrategie folgt Unternehmensstrategie

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



Kultur und Mitarbeiter

Mitarbertervielfalt mit hohem Stellenwert

Für den Leifheit-Konzern als international agierendes Unternehmen ist die Vielfalt der Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Einen hohen Stellenwert hat für uns ein angemessenes Verhältnis von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in den Managementfunktionen. Die Anteile sind bereits heute nahezu ausgeglichen. Bei der Suche nach neuen Mitarbeitern stehen für uns jedoch stets die Qualifikationen

Belegschaft des Leifheit-Konzerns

	31.12.2014	31.12.2015
Anzahl Mitarbeiter	1.055	1.049
davon weiblich	525	498
davon männlich	504	521
davon Auszubildende	26	30

Am 31. Dezember 2015 waren 109 Mitarbeiter im Konzern teilzeitbeschäftigt (2014: 76 Mitarbeiter).

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

Personalaufwendungen

Die Personalaufwendungen fielen im Berichtsjahr um 1,6 Prozent auf 45,4 Mio € (2014: 46,1 Mio €).

Konstant hohe Anzahl von langjährigen Mitarbeitern

Ein Beleg für die starke Bindung unserer Belegschaft an das Unternehmen ist die konstant hohe Zahl von langjährigen Mitarbeitern. Im Jahr 2015 konnten wir 55 Beschäftigte aus Anlass verschiedener Jubiläen ehren. Das ausgewogene Verhältnis von Auszubildenden, neu eingestellten Fach- und Führungskräften sowie bereits für viele Jahre im Konzern aktiven Kollegen ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Wissenstransfer.

Mitarbeitercharakteristika des Leifheit-Konzerns

	2014	2015
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	12,6 Jahre	11,8 Jahre
Altersstruktur Mitarbeiter		
bis 30 Jahre	15,9 %	16,9 %
30 bis 40 Jahre	21,7 %	21,4 %
40 bis 50 Jahre	26,7 %	25,5 %
50 bis 60 Jahre	30,0 %	30,1 %
über 60 Jahre	5,7 %	6,1 %

Vergütung, Fortbildung und Qualifikation

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

Entsprechend unserer Personalstrategie fördern wir die Potenziale und das Fachwissen der Beschäftigten an allen Standorten. In 2015 intensivierten wir erneut unsere Maßnahmen. Wir investierten insgesamt 374 T € (2014: 311 T €) in Aus- und Weiterbildung. Dabei setzen wir neben konzernweiten Trainings, zum Beispiel für unser Kompetenzmodell, auf eine Vielzahl individueller Personalentwicklungsmaßnahmen als Ergebnis der jährlichen Mitarbeitergespräche.

Moderne Berufsausbildung im Konzern

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

30
Auszubildende
in Deutschland

Gesundheit – ein Thema bei Leifheit

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

Führungskultur und Kommunikation



Kultur und Mitarbeiter

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

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

Befragung der Mitarbeiter

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

Erneute Auszeichnung für Leifheit

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

Entwicklung und Innovation

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

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

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

Kontinuierliche Innovationsleistung

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

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

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

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

Investitionen in die Zukunft

Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sind Investitionen in neue Produkte und Lösungen für unsere Kunden. Mit Innovationen schaffen wir so die Voraussetzungen für eine weitere Stärkung unserer Marktposition und eine Fortsetzung unseres erfolgreichen Wachstums. Im Geschäftsjahr 2015 investierten wir 4,8 Mio € (2014: 3,8 Mio €) in Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Die F&E-Quote, das Verhältnis von Entwicklungsaufwand zu Konzernumsatz, lag mit 2,1 Prozent leicht über dem Niveau des Vorjahres von 1,7 Prozent. Zum Jahresende 2015 waren bei Leifheit 31 Mitarbeiter (2014: 28 Mitarbeiter) in den Bereichen Entwicklung und Patente beschäftigt.



Erstklassiger Nutzerfokus

4,8 Mio €
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen

Patente sichern Innovationen

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



Führende Lösungen
für den Verbraucher

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

13

Patent- und Gebrauchsmusteranmeldungen

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

Prämierte Marken und Produkte

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

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

Entwicklungsschwerpunkte im Jahr 2016

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

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

Einkauf, Logistik und Produktion

Der Leifheit-Konzern verfügt über drei eigene Produktionsstandorte. Sie befinden sich in Nassau, dem deutschen Heimatstandort, im tschechischen Blatná sowie im französischen La Loupe. Der Großteil der Eigenfertigung ist in Blatná konzentriert. Neben der Produktion an eigenen Standorten setzen wir auf ein Netzwerk an Zulieferern, vornehmlich in Osteuropa und Asien.

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

Währungsentwicklung prägt Beschaffung

Das Beschaffungsvolumen für Fertigwaren, Roh- und Halbfabrikate ist im Berichtsjahr 2015 gestiegen und belief sich auf 91,3 Mio € (2014: 86,4 Mio €). Starke Preisschwankungen prägten die Entwicklung auf den Rohstoffmärkten in 2015. Insbesondere der Bereich der Kunststoffvorprodukte war von der Entwicklung des Rohölpreises und des Eurowechselfurses gegenüber dem US Dollar gekennzeichnet. Im Gegensatz dazu war im Bereich der metallischen Rohstoffe Aluminium und Stahl bedingt durch Überkapazitäten auf den Märkten ein insgesamt rückläufiges Preisniveau zu verzeichnen.

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

In diesem Zusammenhang analysierten wir 2015 intensiv den für uns relevanten internationalen Beschaffungsmarkt. Im nächsten Schritt werden wir potenzielle neue Zulieferer qualifizieren – als Alternative zum bestehenden Portfolio an asiatischen Lieferanten. Wir sind davon überzeugt, dass wir vom weiteren Ausbau unseres Lieferantenspektrums mit Blick auf Wertschöpfung, Service und Qualität nachhaltig profitieren werden. So stellen wir ein leistungsfähiges Netzwerk von Lieferanten sicher, um die lückenlose Versorgung mit Rohmaterialien, Vorprodukten und ausgewählten Produkten zu gewährleisten. Voraussetzung für eine Zusammenarbeit ist die konsequente Akzeptanz und Einhaltung des Leifheit Social Code of Conduct, mit dem wir die Arbeitsbedingungen bei unseren Zulieferern kontrollieren.

Investitionen in effiziente Logistik

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

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

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



Gesellschaftliche
Verantwortung
siehe Seite 44



Effizienz in der
Wertschöpfungskette

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

Fertigung in Tschechien konzentriert

Der Leifheit-Konzern verfügt über drei eigene Produktionsstandorte. In unserem größten Werk im tschechischen Blatná beschäftigten wir zum Ende des Berichtsjahres 387 Mitarbeiter (2014: 410 Mitarbeiter). Die Produktionsfläche umfasst etwa 20.000 m². In Blatná werden insbesondere Wäschetrockner, Bügeltische und Reinigungsgeräte produziert. Ende des vierten Quartals 2015 wurde die Fertigung für Dritte beendet. Frei gewordene Kapazitäten wurden genutzt, um weitere Leifheit-Produkte in die Eigenfertigung zu übernehmen, die bisher von Zulieferern bezogen wurden. Schon im Vorjahr war in Blatná die Fertigung von Produkten mit einem hohen Umsatzanteil aus den Kategorien Reinigen und Wäschepflege zentralisiert worden.

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

Unsere französische Tochtergesellschaft Herby fertigt in La Loupe vor allem Turm-, Stand- und Wandtrockner für das Volumengeschäft. Am Standort waren zum Ende des Berichtsjahres 83 Mitarbeiter beschäftigt (2014:

75 Mitarbeiter). Die integrierte Produktion in La Loupe umfasst die Metallumformung, Oberflächenveredelung und eine Spritzgussanlage. Die Produkte von Herby werden vor allem in Frankreich vertrieben.

Marketing und Vertrieb

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

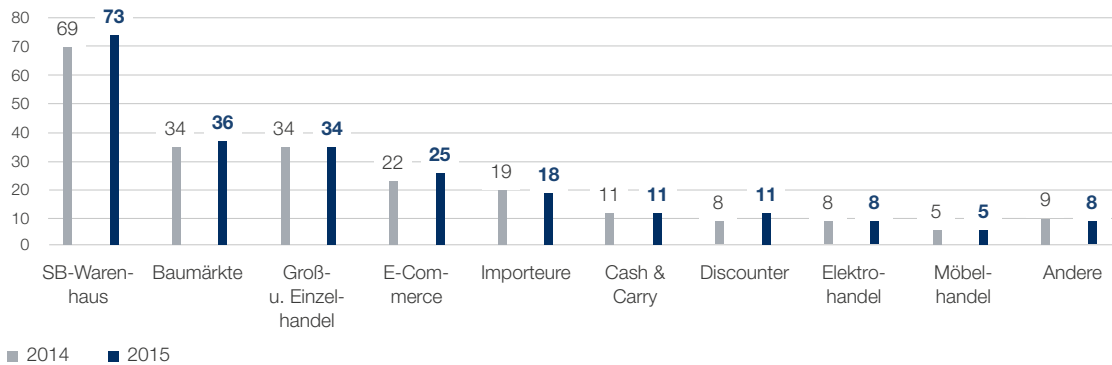
Online- und Offlinekanäle verschmelzen

Neue Vertriebskanäle gewinnen für uns weiter an Bedeutung. Dabei verschmelzen stationärer Handel und E-Commerce zunehmend zu interaktiven Cross-Channel-Modellen. Getrieben wird diese Entwicklung durch ein verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher, die mehr und mehr Zeitersparnis, Flexibilität und individuelle Beratung wünschen. Dies stellt neue Herausforderungen an Handel und Hersteller. Unsere Investitionen der letzten Jahre in diesem Bereich in Know-how, Produktinformationssysteme und flexible Logistikprozesse ermöglichten auch im Jahr 2015 wieder ein Wachstum von fast 18 Prozent im Vertriebskanal E-Commerce. Der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz erhöhte sich damit auf knapp 11 Prozent (2014: knapp 10 Prozent).

Stationäre Händler sind jedoch nach wie vor wesentliche Partner für uns. So bleiben die SB-Warenhäuser mit einem Wachstum von rund 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem unveränderten Umsatzanteil von 32 Prozent unser bedeutendster Absatzkanal. Auch in den DIY-/Baumärkten steigerten wir unsere Umsätze im Jahr 2015 um rund 4 Prozent. Der Anteil dieses Absatzkanals lag wie im Vorjahr bei rund 16 Prozent. Der Umsatzanteil von Discountern erhöhte sich im Vergleich zu 2014 leicht auf 5 Prozent (2014: 4 Prozent). Hier konnten wir vor allem mit Küchen- und Dampfbügelprodukten attraktive Aktionsgeschäfte gewinnen.

ca. 18%
 Umsatzwachstum
 E-Commerce

Konzernumsatz nach Vertriebskanälen
 in Mio €



Unterstützung der Handelspartner

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

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

Vermarktungsschwerpunkte in den Produktkategorien

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

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



23

Messen und Ausstellungen

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

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

Markenkommunikation im Zeichen der Besten

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

Teilnahme an führenden Konsumgütermessen

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

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

Umwelt und Gesellschaft

Verantwortliches Handeln gegenüber unserer Umwelt und der Gesellschaft, in der wir unternehmerisch tätig sind, ist eine der Grundlagen für langfristigen Erfolg. Ökoeffiziente Prozesse senken die Material- und Energieintensität von Produkten, vermindern den Schadstoffausstoß, erhöhen die Recyclingfähigkeit und Wiederverwertung. Mitarbeiter und Lieferanten verpflichten wir auf ethische und rechtliche Grundsätze. An unseren Standorten engagieren wir uns für die Region.

Umwelt und Ressourcen

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

Im Rahmen jedes neuen Projekts in den Bereichen Logistik, Produktion und Supply Chain werden von uns Aspekte wie Energiebedarf, Klimawandel, Verknappung von Wasser und anderen begrenzt verfügbaren Ressourcen mit berücksichtigt. Im Jahr 2015 legten wir einen besonderen Schwerpunkt auf klimaschonenden Transport und ressourcensparende Produktion. Vor diesem Hintergrund wurden Beschaffungs- und Transportprozesse angepasst und Produktionsprozesse von Zulieferbetrieben in unser eigenes Werk in Tschechien verlagert. Wir setzen bei der Beschaffung weiterhin stark auf den Transport per Seefracht und kombinierten Verkehr der Container mit der Bahn. Im Jahr 2015 konnten wir weitere Produktionsverlagerungen umsetzen. Im Ergebnis konnte dadurch die Energieeffizienz weiter gesteigert und der CO₂-Ausstoß weiter vermindert werden.

Fokus auf Energieverbrauch

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

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

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

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



leifheit-group.com/de/unternehmen/nachhaltigkeit

Recyclingquote gesteigert



Produktqualität

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

Gesellschaftliche Verantwortung

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

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



Weitere Informationen
Messen
siehe Seite 42

Verantwortung für unsere Produkte

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

Dialog mit unseren Stakeholdern

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

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

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

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

Gesellschaftliches Engagement

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

Insbesondere erweiterten wir unser Engagement zur Förderung von Bildung und Ausbildung an unserem Stammsitz um eine Komponente: Leifheit ist Wirtschaftspartner des im Jahr 2015 gegründeten Privatgymnasiums Leifheit-Campus in Nassau. Die aus privater Initiative entstandene Schule ermöglicht Jugendlichen eine exzellente weiterführende Schulbildung in der Region und wirkt den negativen Effekten der Schließung öffentlicher Schulen vor Ort entgegen.

Das Gymnasium steht allen begabten Jugendlichen offen, unabhängig vom Einkommen der Eltern. Größter Unterstützer der Schule ist die G. und I. Leifheit Stiftung, die aus dem Erbe unseres Firmengründers Günter Leifheit gespeist wird. Die Partnerschaft zwischen dem Leifheit Campus und der Leifheit Aktiengesellschaft umfasst vor allem die finanzielle Unterstützung durch ein Stipendienprogramm. Zusätzlich statten wir die Schule mit unseren Produkten aus und bieten Schülerpraktika, Berufsorientierungsmaßnahmen und Vorträge unserer Spezialisten in jeweils passenden Schulfächern an.

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



ir.leifheit-group.com

Chancen- und Risikobericht

Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen, ermöglicht es dem Leifheit-Konzern, weiter profitabel zu wachsen. Deshalb behalten wir Trends und Marktentwicklungen ständig im Blick. Wir investieren in Prozesse, Kooperationen und Technologien und damit in die Chancen der Zukunft. Gleichzeitig bewerten wir regelmäßig mögliche Risiken, um diese frühzeitig zu identifizieren und ihnen aktiv entgegenwirken zu können.

Chancen

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

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

Gesamtwirtschaftliche Chancen

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

Branchenspezifische Chancen

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

Verbraucher nutzen verstärkt das Internet

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

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

Das Bewusstsein für Qualität steigt

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

Konsumenten wünschen einfache und bequeme Lösungen

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

Steigende Anzahl von Haushalten

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

Unternehmensstrategische Chancen

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



„Leifheit 2020“

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

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

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

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

Leistungswirtschaftliche Chancen

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

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

Sonstige Chancen

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

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

Risiken

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

Risikomanagementsystem

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

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

Unsere Risikomanagementorganisation besteht aus einem konzernweit agierenden Risikomanager und Risikoverantwortlichen in den einzelnen Funktionsbereichen. Der Risikomanager ist für die Aktualisierung des Risikomanagementhandbuchs sowie für die einheitliche Um-

setzung der darin beschriebenen Maßnahmen, für die Risikoaggregation und für die standardisierte Risikoberichterstattung an die verschiedenen Unternehmensebenen verantwortlich. Die Unternehmensbereiche Markengeschäft und Volumengeschäft sind vollständig in Risikobereiche aufgeteilt. Das Management der Risiken innerhalb der Risikobereiche obliegt den jeweiligen Risikoverantwortlichen. Die Aufgabe der Risikoverantwortlichen ist es, kontinuierlich alle Risiken zu identifizieren, zu bewerten, zu kommunizieren und die Umsetzung der Gegensteuerungsmaßnahmen zu überwachen. Chancen werden im Rahmen des Risikomanagements nicht erfasst.

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

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

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

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

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

Internes Kontroll- und Risikomanagementsystem im Rechnungslegungsprozess

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

Mit dem internen Kontroll- und Risikomanagementsystem für die Rechnungslegung verfolgen wir das Ziel, die gesetzlichen Vorgaben, die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung sowie die Regeln der International Financial Reporting Standards (IFRS) sowie des IKS zu gewährleisten und einheitlich umzusetzen. Unser internes Kontroll- und Risikomanage-

mentsystem für die Rechnungslegung ist in das unternehmensweite Risikomanagementsystem eingebettet. Mit den Organisations-, Kontroll- und Überwachungsstrukturen stellen wir sicher, dass unternehmerische Sachverhalte gesetzmäßig erfasst, aufbereitet und analysiert sowie in den Einzel- und Konzernabschluss übernommen werden.

Darüber hinaus umfasst unser System Richtlinien, Vorgehensweisen und Maßnahmen, die sicherstellen sollen, dass unsere Rechnungslegung den Gesetzen und Normen entspricht. Hierzu analysieren wir neue Gesetze, Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen, deren Nichtbeachtung ein wesentliches Risiko für die Ordnungsmäßigkeit unserer Rechnungslegung darstellen würde. Die Konzernabteilung Rechnungswesen gibt konzernweit einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden im Konzernhandbuch zur Rechnungslegung nach IFRS vor. Diese Richtlinien bilden gemeinsam mit dem Terminplan zur Abschlusserstellung die Grundlagen für den Abschlusserstellungsprozess. Entsprechend diesem müssen alle Konzerngesellschaften und Buchungskreise ihre Abschlüsse dem Konzernrechnungswesen in der konzernweit eingesetzten Konsolidierungssoftware vorlegen. Die Tochtergesellschaften und Buchungskreise sind für die Einhaltung der konzernweit gültigen Rechnungslegungsvorschriften in ihren Abschlüssen zuständig und werden hierbei vom Konzernrechnungswesen unterstützt und überwacht. Sie führen die Abstimmung konzerninterner Forderungen und Verbindlichkeiten sowie Liefer- und Leistungsbeziehungen gemäß den Konzernrichtlinien durch.

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

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

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

Risikobewertung

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

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

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

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

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

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

Risikofaktoren

Im Folgenden führen wir Risikofaktoren auf, die wir mithilfe unseres Risikomanagements ermitteln und verfolgen. Sie werden in der nachfolgenden Beschreibung stärker aggregiert, als sie zur internen Steuerung verwendet werden. Die Risikofaktoren betreffen grundsätzlich beide Segmente, also das Markengeschäft und das Volumengeschäft.

Gesamtwirtschaftliche, politische, gesellschaftliche und regulatorische Risiken

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

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

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

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

Umsatz- und Preisgestaltungsrisiken

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

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

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

Abhängigkeitsrisiken

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

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

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

Risiken bei Produktinnovation und -entwicklung

Innovative Produkte und Lösungen mit hohem Gebrauchsnutzen für den Verbraucher, attraktivem Design und hohen Standards in Sachen Produktqualität und Sicherheit generieren attraktive Umsätze und auskömmliche Margen für uns als Markenartikler. Es ist entscheidend, neue, innovative Produkte in guter Qualität schnell auf den Markt zu bringen. Falls wir über einen längeren Zeitraum nicht in der Lage sein sollten, kontinuierlich innovative Produkte zu entwickeln, könnte uns das einem beträchtlichen Umsatz- und Margenrückgang aussetzen. Ferner könnte eine schlechte Produktqualität zu Umsatzausfällen und höheren Kosten führen.

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

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

Produktqualitätsrisiken

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

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

Risiken durch steigende Beschaffungskosten

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

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

Risiken durch außergewöhnliche externe Störfälle

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

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

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

Risiken im Risiko- und Kontrollumfeld

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

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

Rechtliche Risiken

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

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

Ausfallrisiken

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

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

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

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

Finanzierungs- und Liquiditätsrisiken

Liquiditätsrisiken ergeben sich aus einem eventuellen Mangel an Mitteln, um fällige Verbindlichkeiten in Bezug auf Fristigkeit, Volumen und Währungsstruktur bedienen zu können. Zum 31. Dezember 2015 beliefen sich die flüssigen Mittel und finanziellen Vermögenswerte auf 68,2 Mio €. Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten wie Bankkredite bestanden nicht. Kurzfristige Kreditlinien stehen in Höhe von 11,5 Mio € zur Verfügung – sie werden zum Teil für Avale und Derivate genutzt. Die Liquidität wird konzernweit durch Mitarbeiter der Abteilung Treasury in der Zentrale gesteuert.

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

Währungsrisiken

Leifheit ist Währungsrisiken ausgesetzt, da Cashflows in verschiedenen Währungen anfallen. Darüber hinaus können Währungseffekte aus der Umrechnung von Ergebnissen, die nicht auf den Euro lauten, in die funktionale Währung des Konzerns, den Euro, Auswirkungen auf das sonstige Ergebnis haben. Risiken entstehen insbesondere aufgrund der Tatsache, dass Beschaffung und Verkauf unserer Produkte in unterschiedlichen Währungen in ungleicher Höhe zu unterschiedlichen Terminen erfolgen. Ein großer Anteil unserer Beschaffungskosten fällt in US Dollar und Tschechischen Kronen an, während der Großteil des Konzernumsatzes in Euro entsteht.

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

Am 31. Dezember 2015 bestanden folgende Absicherungen:

	Wert der Verpflichtung	Fremd- währung	Nominal- wert
Kauf USD/€	104,6 Mio €	127,4 Mio USD	114,0 Mio €
davon Hedge Accounting	78,2 Mio €	96,5 Mio USD	86,2 Mio €
Verkauf USD/€	1,2 Mio €	1,6 Mio USD	1,2 Mio €
Kauf HKD/€	17,9 Mio €	166,6 Mio HKD	18,8 Mio €
davon Hedge Accounting	6,7 Mio €	60,0 Mio HKD	6,9 Mio €

Für die Jahre 2016 bis 2017 haben wir zirka 95 bis 100 Prozent des US Dollar-Bedarfs durch Devisentermingeschäfte abgesichert, für das Jahr 2018 zirka 60 bis 70 Prozent. Ein Großteil der Absicherungen ist im Rahmen des Hedge Accountings erfolgt.

Gemäß den Anforderungen des IFRS 7 haben wir die Auswirkungen von Veränderungen unserer wichtigsten Wechselkurse (US Dollar und Tschechische Krone) auf Ergebnis und Eigenkapital geschätzt und im Anhang unter Ziffer 34 aufgeführt. Die Effekte ergeben sich vor allem aus der Veränderung der beizulegenden Zeitwerte unserer Sicherungsinstrumente. Die Analyse berücksichtigt keine Effekte aus der Umrechnung der Abschlüsse unserer ausländischen Tochtergesellschaften in die Berichtswährung des Konzerns. Dieser Sensitivität zufolge hätte eine 10-prozentige Aufwertung des Euros gegenüber dem US Dollar zum 31. Dezember 2015 zu einer Reduzierung des Gewinns um 2,6 Mio € geführt.

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

Zinsrisiken

Veränderungen der Marktzinsen wirken sich auf zukünftige Zinszahlungen für Finanzanlagen und für variabel verzinsliche Verbindlichkeiten aus. Da der Konzern nach der derzeitigen Finanzierungsstruktur keine Bankkredite und sonstige verzinslichen Verbindlichkeiten hat, beeinflussen Zinsänderungen die Profitabilität, die Liquidität und die Finanzlage nicht. Veränderungen des IFRS-Rechnungszinses zur Abzinsung der Pensionsverpflichtungen haben Auswirkungen auf das sonstige Ergebnis. Eine Sensitivitätsanalyse ist im Anhang unter Ziffer 26 dargestellt. Trotz des derzeit niedrigen Zinsniveaus können sich weitere Zinssenkungen negativ auf das Gesamtergebnis auswirken. Weiterhin besteht das Risiko, dass potenzielle Negativzinsen auf die Guthaben bei Kreditinstituten anfallen können.

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

Steuerliche Risiken

Steuerliche Risiken ergeben sich insbesondere durch Feststellungen steuerlicher Betriebsprüfungen. Die Finanzverwaltungen prüfen zunehmend die internationalen

Konzernverrechnungspreise. Die umsatzsteuerlichen Vorschriften im europäischen Lieferungs- und Leistungsverkehr sind sehr komplex. Korrekturen von Steuerzahlungen haben Einfluss auf die Liquidität und das Periodenergebnis nach Steuern. Wir begegnen diesen Risiken durch die Unterstützung international tätiger Steuerberater.

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

Risiken der Informationssicherheit

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

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

Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

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

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

Nachtragsbericht

Keine wesentlichen Veränderungen seit dem Ende des Berichtszeitraums

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

Prognosebericht

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

Strategische Ausrichtung des Konzerns

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

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

Prognosen sehen ein weiteres Jahr mit moderatem Wirtschaftswachstum

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

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



„Leifheit 2020“

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

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

Der Internationale Währungsfonds erwartet aktuell für Frankreich ein Wachstum von 1,3 Prozent in 2016 (–0,2 Prozentpunkte gegenüber der letzten Prognose). Die Schätzung für das Wirtschaftswachstum in Italien blieb

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

Konsumneigung der Verbraucher bleibt weitgehend stabil

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

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

Auf europäischer Ebene trübte sich die Konsumneigung der Verbraucher in den ersten beiden Monaten des laufenden Jahres ein. Im Februar fiel der Consumer Confidence Indicator für die Eurozone um 2,5 Punkte auf –8,8 Punkte, für die gesamte Europäische Union fiel der Indikator um

2,4 Punkte auf –6,6 Punkte. Wie in Deutschland liegt der Indikator damit jedoch weiterhin über dem langfristigen Mittel.

Stimmung der deutschen und europäischen Wirtschaft leicht eingetrübt

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

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

Weitere Aufwertung des US Dollars zu erwarten

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

Reserve im Herbst eine zweite Anhebung beschließen wird. Vor diesem Hintergrund liegt der Mittelwert der Prognosen von 52 durch Reuters im Dezember 2015 befragten Banken zum Jahreswechsel 2016/2017 bei 1,05 US Dollar.

Konzernprognose: Solides Umsatz- und Ergebniswachstum

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

Auf Basis dieser Annahmen rechnen wir für 2016 mit einem Umsatzwachstum von drei bis vier Prozent auf Konzernebene. Wir werden weiterhin das Markengeschäft in den Mittelpunkt unserer Aktivitäten stellen und das Volumengeschäft besonders unter dem Gesichtspunkt der Profitabilität führen. Im Markengeschäft erwarten wir ein Plus von vier bis fünf Prozent. Im Volumengeschäft rechnen wir mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau. Wir werden unsere Umsatzprognose im Verlauf des Jahres weiter konkretisieren.

Wir rechnen im Geschäftsjahr 2016 mit einem Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 22 bis 23 Mio €. Dies ist das Resultat steigender Deckungsbeiträge aus erhöhten Umsatzerlösen sowie aus den positiven Ergebniseffekten unseres neuen Distributionszentrums in Tschechien. Wir erwarten, dass im prognostizierten EBIT ein Fremdwährungsergebnis in Höhe von rund 1 Mio € enthalten sein wird. Voraussichtlich wird das Markengeschäft etwa 80 Prozent und das Volumengeschäft rund 20 Prozent zum EBIT beitragen.

Investitionen für weiteres Wachstum

Im Jahr 2016 planen wir mit Investitionen von insgesamt 8 Mio €, die aus eigenen Mitteln finanziert werden. Mit einem Volumen von etwa 2 Mio € werden Schwerpunkt der Investitionen die Fertigstellung des neuen Logistikzentrums sowie eine Pulverbeschichtungsanlage an unserem

tschechischen Produktionsstandort in Blatná sein. Daneben werden wir vor allem in Werkzeuge, Maschinen und Produktionsanlagen für neue Produkte, Warenträger und IT-Lösungen sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung investieren. Der weitaus größte Teil der Investitionen wird im Markengeschäft erfolgen.

Mittelfristig planen wir Investitionen von jährlich rund 6 Mio € und damit etwa auf dem Niveau der jährlichen Abschreibungen.

Solide Finanz- und Liquiditätslage

Wir werden auch im Geschäftsjahr 2016 unsere konservative Finanzpolitik beibehalten. Der Free Cashflow im Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 14,1 Mio € wurde von der guten Ertragslage, niedrigeren Forderungen und einem Anstieg der Verbindlichkeiten beeinflusst. Für das Jahr 2016 planen wir einen Free Cashflow auf dem Vorjahresniveau von 14 Mio €.

Außerdem rechnen wir mit einem Return on Capital Employed (ROCE) von 18 Prozent, der damit ebenfalls auf dem hohen Niveau von 2015 liegen wird.

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung

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

Prognose 2016

	2015	Prognose 2016
Umsatz Konzern	231,8 Mio €	+3 bis 4 %
EBIT Konzern	21,7 Mio €	22 bis 23 Mio €

+3 bis 4 %
 Umsatzwachstum
 Konzern

+4 bis 5 %
 Umsatzwachstum
 Markengeschäft

22 bis 23 Mio €
 EBIT

8 Mio €
 Investitionen

Rechtliche Angaben

Übernahmerechtliche Angaben und erläuternder Bericht

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2015 dargestellt:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Erklärung zur Unternehmensführung

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

Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

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

Vergütungsbericht

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

Vergütung des Vorstands

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

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

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

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

Der Auszahlungsbetrag der langfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der Börsenwertmultiplikator beläuft sich auf 2,5 Prozent des Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit Aktiengesellschaft auf der Grundlage der Durchschnittskurse an den letzten 90 Börsentagen vor



unternehmensführung.
leifheit-group.com

Vertragsbeginn und an den letzten 90 Börsentagen vor Vertragsende. Der EBIT-Multiplikator ist von dem durchschnittlichen Zielerreichungsgrad hinsichtlich des ausgewiesenen Konzern-EBIT der jeweiligen Vertragsjahre abhängig. Sowohl der EBIT-Multiplikator als auch der Auszahlungsbetrag sind nach oben begrenzt. Der Wert der gewährten langfristigen variablen Vergütung wird innerhalb des Erdienungszeitraums jährlich anhand von Bewertungsanalysen eines externen Gutachters unter Einbeziehung der Monte-Carlo-Simulation ermittelt und pro rata temporis über den jeweiligen Erdienungszeitraum zurückgestellt.

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

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

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

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

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

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

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

Vergütung des Aufsichtsrats

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

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

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

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

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

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

Nassau/Lahn, 17. März 2016

Leifheit Aktiengesellschaft
 Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

C

Konzernabschluss

66

Gewinn- und Verlustrechnung
sowie Gesamtergebnisrechnung

67

Bilanz

68

Eigenkapitalveränderungsrechnung

69

Kapitalflussrechnung

70

Anhang

- 70 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
- 82 Segmentberichterstattung
- 83 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
sowie zur Gesamtergebnisrechnung
- 88 Erläuterungen zur Bilanz
- 104 Organe der Leifheit Aktiengesellschaft

Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung

T €	Anhang	2014	2015
Umsatzerlöse	1	220.695	231.832
Kosten der Umsatzerlöse	2	-115.446	-123.554
Bruttoergebnis		105.249	108.278
Forschungs- und Entwicklungskosten	3	-3.763	-4.824
Vertriebskosten	6	-69.356	-70.221
Verwaltungskosten	7	-16.805	-15.326
Sonstige betriebliche Erträge	8	1.135	1.456
Sonstige betriebliche Aufwendungen	9	-20	-169
Fremdwährungsergebnis	10	5.103	2.457
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)		21.543	21.651
Zinserträge	11	402	115
Zinsaufwendungen	12	-2.174	-1.527
Sonstiges Finanzergebnis		36	-1
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)		19.807	20.238
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	13	-5.694	-5.905
Periodenergebnis		14.113	14.333
Beiträge, die nicht in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden			
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	26	-12.224	2.531
Ertragsteuereffekt		3.600	-640
Beiträge, die gegebenenfalls in künftigen Perioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden			
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe		113	299
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe		-173	302
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows		3.366	5.147
Ertragsteuereffekt		-932	-1.619
Sonstiges Ergebnis		-6.250	6.020
Gesamtergebnis nach Steuern		7.863	20.353
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	14	2,97 €	3,02 €
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)	14	1,66 €	4,28 €

Bilanz

T €	Anhang	31.12.2014	31.12.2015
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	15	58.808	64.200
Finanzielle Vermögenswerte	16	4.000	4.000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	17	48.644	46.063
Vorräte	18	35.436	42.985
Forderungen aus Ertragsteuern		951	224
Derivative Finanzinstrumente	19	3.276	5.639
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	20	3.579	4.441
Summe kurzfristige Vermögenswerte		154.694	167.552
Langfristige Vermögenswerte			
Sachanlagevermögen	21	35.007	36.086
Immaterielle Vermögenswerte	22	18.535	18.738
Latente Steueransprüche	13	11.388	9.837
Forderungen aus Ertragsteuern	23	1.520	762
Derivative Finanzinstrumente	19	1.996	4.773
Sonstige langfristige Vermögenswerte		151	156
Summe langfristige Vermögenswerte		68.597	70.352
Summe Vermögenswerte		223.291	237.904
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	24	47.820	50.816
Derivative Finanzinstrumente	19	661	11
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		377	947
Rückstellungen	25	5.959	6.540
Summe kurzfristige Schulden		54.817	58.314
Langfristige Schulden			
Rückstellungen	25	2.066	2.075
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	26	69.019	66.448
Latente Steuerschulden	13	2.454	4.262
Derivative Finanzinstrumente	19	11	3
Sonstige langfristige Schulden		100	100
Summe langfristige Schulden		73.650	72.888
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	27	15.000	15.000
Kapitalrücklage	28	16.956	16.984
Eigene Anteile	29	-7.542	-7.493
Gewinnrücklagen	30	84.755	90.536
Sonstige Rücklagen	31	-14.345	-8.325
Summe Eigenkapital		94.824	106.702
Summe Eigenkapital und Schulden		223.291	237.904

Eigenkapitalveränderungsrechnung

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Eigene Anteile	Gewinn- rücklagen	Sonstige Rücklagen	Summe
Stand zum 1.1.2014	15.000	16.934	-7.598	78.479	-8.095	94.720
Ausgabe von eigenen Anteilen	-	22	56	-	-	78
Dividenden	-	-	-	-7.837	-	-7.837
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	14.113	-6.250	7.863
davon Periodenergebnis	-	-	-	14.113	-	14.113
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	-8.624	-8.624
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	113	113
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-141	-141
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	2.402	2.402
Stand zum 31.12.2014	15.000	16.956	-7.542	84.755	-14.345	94.824
Ausgabe von eigenen Anteilen	-	28	49	-	-	77
Dividenden	-	-	-	-8.552	-	-8.552
Gesamtergebnis nach Steuern	-	-	-	14.333	6.020	20.353
davon Periodenergebnis	-	-	-	14.333	-	14.333
davon versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-	-	-	-	1.891	1.891
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	299	299
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	207	207
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	3.623	3.623
Stand zum 31.12.2015	15.000	16.984	-7.493	90.536	-8.325	106.702

Kapitalflussrechnung

T €	Anhang	2014	2015
Periodenergebnis		14.113	14.333
Berichtigungen für Abschreibungen	4	6.254	5.757
Veränderung der Rückstellungen		88	546
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten		15	-69
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind		-3.053	-4.063
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind		8.133	3.790
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge		-1.050	462
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit		24.500	20.756
Erwerb von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	21, 22	-6.150	-7.128
Einzahlungen in finanzielle Vermögenswerte	16	1.001	-
Auszahlungen für finanzielle Vermögenswerte	16	-4.000	-
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und sonstigen langfristigen Vermögenswerten		83	455
Cashflow aus Investitionstätigkeit		-9.066	-6.673
Veränderung eigene Anteile	29	78	77
Gezahlte Dividende an die Aktionäre der Muttergesellschaft		-7.837	-8.552
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-7.759	-8.475
Effekte aus Wechselkursdifferenzen		180	-216
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten		7.855	5.392
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode		50.953	58.808
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	15	58.808	64.200
Gezahlte Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-2.732	-3.104
Gezahlte Zinsen		-	-3
Erhaltene Zinsen		209	49

Anhang: Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Allgemeine Angaben

Die Leifheit Aktiengesellschaft mit Sitz in Nassau/Lahn, Deutschland, Leifheitstraße, konzentriert sich auf die Entwicklung und den Vertrieb hochwertiger Markenprodukte für ausgewählte Lebensbereiche im Haus. Die Gesellschaft ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Montabaur unter HRB 2857. Die Aktien der Leifheit Aktiengesellschaft werden im Handelssegment Prime Standard der Börsenplätze Xetra, Frankfurt am Main, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Hannover und Stuttgart unter ISIN DE0006464506 gehandelt.

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

Der Konzernabschluss für das Jahr 2015 ist nach § 315a Abs. 1 HGB in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) formulierten International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der EU anzuwenden sind – erstellt worden. Alle für das Geschäftsjahr 2015 verpflichtend anzuwendenden International Accounting Standards (IAS) bzw. International Financial Reporting Standards (IFRS) und Auslegungen des IFRS Interpretation Committee (IFRIC und SIC) wurden berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden nach denselben Grundsätzen ermittelt.

Der in Euro aufgestellte Abschluss ist mit Ausnahme der Derivate und der bewusst als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designierten Instrumente auf Basis des Anschaffungskostenprinzips aufgestellt. Er vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Leifheit-Konzerns. Soweit nicht anders angegeben, erfolgen alle Angaben in T €.

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

Der Konzernabschluss wird dem Aufsichtsrat am 30. März 2016 zur Billigung vorgelegt. Die Veröffentlichung erfolgt dann umgehend.

Konsolidierungsgrundsätze

Der Abschluss des Konzerns umfasst die Leifheit Aktiengesellschaft und die von ihr beherrschten Gesellschaften. Der Konzern beherrscht ein Beteiligungsunternehmen insbesondere dann und nur dann, wenn er alle nachfolgenden Eigenschaften besitzt:

- die Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen (d. h., der Konzern hat aufgrund aktuell bestehender Rechte die Möglichkeit,

- diejenigen Aktivitäten des Beteiligungsunternehmens zu steuern, die einen wesentlichen Einfluss auf dessen Rendite haben),
- eine Risikobelastung durch oder Anrechte auf schwankende Renditen aus seinem Engagement in dem Beteiligungsunternehmen und
- die Fähigkeit, seine Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen dergestalt zu nutzen, dass dadurch die Rendite des Beteiligungsunternehmens beeinflusst wird.

Besitzt der Konzern keine Mehrheit der Stimmrechte oder damit vergleichbarer Rechte an einem Beteiligungsunternehmen, berücksichtigt er bei der Beurteilung, ob er die Verfügungsgewalt an diesem Beteiligungsunternehmen hat, alle Sachverhalte und Umstände. Hierzu zählen:

- eine vertragliche Vereinbarung mit den anderen Stimmberechtigten,
- Rechte, die aus anderen vertraglichen Vereinbarungen resultieren,
- Stimmrechte und potenzielle Stimmrechte des Konzerns.

Die Abschlüsse der Tochterunternehmen werden unter Anwendung einheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum gleichen Bilanzstichtag aufgestellt wie der Abschluss der Muttergesellschaft und der Abschluss des Konzerns.

Erworbene Unternehmen werden ab dem Zeitpunkt der Erlangung der Beherrschung (Erwerbszeitpunkt) in den Konzernabschluss einbezogen. Konzerninterne Salden und Geschäftsvorfälle und daraus resultierende nicht realisierte konzerninterne Gewinne und Verluste sowie Dividenden werden in voller Höhe eliminiert. Auf temporäre Unterschiede aus der Konsolidierung werden die nach IAS 12 erforderlichen Steuerabgrenzungen vorgenommen.

Für die Abschlüsse der Jahre 2015 und 2014 wurden dieselben Konsolidierungsmethoden angewendet.

Unternehmenszusammenschlüsse vor dem 1. Januar 2010:

Für Unternehmenserwerbe vor dem 1. Januar 2010 wird die Erwerbsmethode gemäß IFRS 3 rev. 2004 (Unternehmenszusammenschlüsse) angewendet. Alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden wurden mit ihrem beizulegenden Wert zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Anteile ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitenanteile) wurden zu deren Anteil an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt. Soweit die Anschaffungswerte der Beteiligungen den Konzernanteil an dem so ermittelten Nettovermögen der jeweiligen Gesellschaft überstiegen, entstanden zu aktivierende Geschäfts- oder Firmenwerte (Goodwill). Aufgedeckte stille Reserven und Lasten

werden im Rahmen der Folgekonsolidierung entsprechend den korrespondierenden Vermögenswerten und Schulden fortgeführt, abgeschrieben bzw. aufgelöst. Geschäfts- oder Firmenwerte werden mindestens jährlich einem Werthaltigkeitstest auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten unterzogen und bei Bedarf auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben. Passivische Unterschiedsbeträge wurden erfolgswirksam erfasst. Direkt dem Unternehmenserwerb zuordenbare Transaktionskosten stellten einen Teil der Anschaffungskosten dar.

Unternehmenszusammenschlüsse nach dem 1. Januar 2010:

Für Unternehmenserwerbe ab dem 1. Januar 2010 wird die Erwerbsmethode gemäß IFRS 3 rev. 2008 (Unternehmenszusammenschlüsse) angewendet. Alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden werden mit ihrem beizulegenden Wert zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Die Anschaffungskosten bemessen sich als Summe aus übertragener Gegenleistung (bewertet zum Zeitwert im Erwerbszeitpunkt) und dem Wert der Anteile ohne beherrschenden Einfluss. Die Anteile ohne beherrschenden Einfluss werden dabei weiterhin zu deren Anteil an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt. Soweit die so ermittelten Anschaffungskosten der Beteiligungen den Konzernanteil am Nettovermögen der jeweiligen Gesellschaft übersteigen, entstehen zu aktivierende Geschäfts- oder Firmenwerte (Goodwill). Aufgedeckte stille Reserven und Lasten werden im Rahmen der Folgekonsolidierung entsprechend den korrespondierenden Vermögenswerten und Schulden fortgeführt, abgeschrieben bzw. aufgelöst. Geschäfts- oder Firmenwerte werden mindestens jährlich einem Werthaltigkeitstest auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten unterzogen und bei Bedarf auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben. Passivische Unterschiedsbeträge werden erfolgswirksam erfasst. Im Rahmen des Unternehmenserwerbs anfallende Transaktionskosten werden erfolgswirksam als Verwaltungskosten ausgewiesen.

Bei sukzessiven Unternehmenserwerben wird der bereits gehaltene Anteil am Eigenkapital zum Zeitwert am Erwerbszeitpunkt neu bewertet und der den Buchwert übersteigende Betrag als Gewinn oder Verlust erfolgswirksam erfasst. Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenszusammenschlüssen, die nach dem 1. Januar 2010 stattfanden bzw. stattfinden, werden zum Zeitwert am Bilanzstichtag bilanziert. Die Anpassungen dieser Verbindlichkeiten werden erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Verluste eines Tochterunternehmens werden den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss auch dann zugeschrieben, wenn der Wert der Anteile zu einem negativen Saldo führt.

Konsolidierungskreis

Im zweiten Quartal 2015 wurde die 100-prozentige Tochtergesellschaft Soehnle GmbH mit Sitz in Nassau gegründet. Die Gesellschaft hat die operative Tätigkeit noch nicht aufgenommen. Weitere Veränderungen im Konsolidierungskreis sowie wesentliche Änderungen der organisatorischen Struktur oder des Geschäftsmodells fanden im Berichtszeitraum nicht statt.

Im Berichtsjahr 2015 fanden wie im Vorjahr keine Unternehmenszusammenschlüsse statt.

In den Konzernabschluss sind neben der Leifheit Aktiengesellschaft die folgenden inländischen und ausländischen Unternehmen einbezogen. Bei diesen Unternehmen verfügte die Leifheit Aktiengesellschaft zum 31. Dezember 2015 unmittelbar oder mittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte.

	Zeitpunkt der Erstkonsolidierung	Kapital- und Stimmrechtsanteile 2015 in %
Leifheit España S.A., Madrid (E)	1.1.1989	100,0
Leifheit s.r.o., Blatná (CZ)	1.1.1995	100,0
Leifheit International U.S.A. Inc., Bay Shore, NY (USA)	1.1.1997	100,0
Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH, Nassau (D)	1.9.1999	100,0
Birambeau S.A.S., Paris (F)*	1.1.2001	100,0
Leifheit-Birambeau S.A.S., Paris (F)*	1.1.2001	100,0
Leifheit Distribution S.R.L., Bukarest (RO)	18.12.2007	100,0
Herby Industrie S.A.S., La Loupe (F)*	1.7.2008	100,0
Leifheit France S.A.S., Paris (F)	23.11.2009	100,0
Leifheit CZ a.s., Hostivice (CZ)**	1.12.2011	71,0
Leifheit Polska Sp. z o.o., Warschau (PL)	11.10.2012	100,0
Soehnle GmbH, Nassau (D)	25.6.2015	100,0

* Mittelbare Beteiligung über Leifheit France S.A.S.

** Nach IFRS 3 zu 100 Prozent bilanziert, aufgrund der Regelungen zum Erwerb der ausstehenden Anteile (Übernahme zum 1.1.2016).

Fremdwährungsumrechnung

In den in lokaler Währung aufgestellten Einzelabschlüssen der konsolidierten Gesellschaften werden monetäre Positionen in fremder Währung (flüssige Mittel, Forderungen, Verbindlichkeiten) zum Stichtagskurs bewertet und die Unterschiedsbeträge erfolgswirksam erfasst. Ausgenommen hiervon sind Umrechnungsdifferenzen aus monetären Posten, die wirtschaftlich gesehen als Teil einer Nettoinvestition (z. B. langfristige Darlehen mit eigenkapitalersetzendem Charakter) in eine selbstständige ausländische Teileinheit anzusehen sind.

Die Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Abschlüsse der einbezogenen Gesellschaften erfolgt auf der Grundlage des Konzepts der funktionalen Währung nach der modifizierten Stichtagskursmethode in Übereinstimmung mit IAS 21.

Da unsere Tochtergesellschaften und Niederlassungen ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbstständig betreiben, ist grundsätzlich die funktionale Währung mit der jeweiligen Landeswährung identisch. Zur Einbeziehung in den Konzernabschluss werden die Vermögenswerte und Schulden der Tochtergesellschaften und Niederlassungen zum Stichtagskurs sowie die Aufwendungen und Erträge zu Jahresdurchschnittskursen umgerechnet. Der sich aus der Währungsumrechnung ergebende kumulierte Unterschiedsbetrag wird in den sonstigen Rücklagen im Eigenkapital ausgewiesen. Währungsdifferenzen, die sich gegenüber der Vorjahresumrechnung ergeben, werden ebenfalls erfolgsneutral in die sonstigen Rücklagen eingestellt.

Die für die Umrechnung verwendeten Kurse wesentlicher Währungen sind in der nachfolgenden Übersicht dargestellt:

Basis: 1 €	Mittelkurs am Bilanzstichtag		Jahresdurchschnittskurs	
	31.12.2014	31.12.2015	2014	2015
CZK	27,74	27,03	27,56	27,35
USD	1,22	1,09	1,34	1,11
PLN	4,29	4,26	4,18	4,20
HKD	9,44	8,44	10,31	8,60

Bemessung des beizulegenden Zeitwerts

Der beizulegende Zeitwert ist der Preis, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern am Bemessungsstichtag für den Verkauf eines Vermögenswerts eingenommen bzw. für die Übertragung einer Schuld gezahlt würde. Es wird bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts davon ausgegangen, dass sich der Geschäftsvorfall des Verkaufs des Vermögenswerts oder der Übertragung der Schuld

- entweder auf dem Hauptmarkt für den Vermögenswert bzw. der Schuld ereignet
- oder auf dem vorteilhaftesten Markt für den Vermögenswert bzw. die Schuld ereignet, sofern kein Hauptmarkt vorhanden ist.

Der Konzern muss Zugang zum Hauptmarkt oder zum vorteilhaftesten Markt haben.

Der beizulegende Zeitwert eines Vermögenswerts oder einer Schuld bemisst sich anhand der Annahmen, die die Marktteilnehmer bei der Preisbildung für den Vermögenswert bzw. die Schuld zugrunde legen würden. Hierbei wird davon ausgegangen, dass die Marktteilnehmer in ihrem besten wirtschaftlichen Interesse handeln. Bei der Bemessung des beizulegenden Zeitwerts eines nichtfinanziellen Vermögenswerts wird die Fähigkeit des Marktteilnehmers berücksichtigt, durch die höchste und beste Verwendung des Vermögenswerts oder durch dessen Verkauf an einen anderen Marktteilnehmer, der für den Vermögenswert die höchste und beste Verwendung findet, wirtschaftlichen Nutzen zu erzeugen. Der Konzern wendet Bewertungstechniken an, die unter den jeweiligen Umständen sachgerecht sind und für die ausreichend Daten zur Bemessung des beizulegenden Zeitwerts zur Verfügung stehen. Dabei ist die Verwendung maßgeblicher, beobachtbarer Inputfaktoren möglichst hoch und jene nicht beobachtbarer Inputfaktoren möglichst gering zu halten.

Alle Vermögenswerte und Schulden, für die der beizulegende Zeitwert bestimmt oder im Abschluss ausgewiesen wird, werden in die nachfolgend beschriebenen Fair-Value-Hierarchien eingeordnet, basierend auf dem Inputparameter der niedrigsten Stufe, der für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert insgesamt wesentlich ist.

- Stufe 1: in aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Schulden notierte (nicht berichtete) Preise
- Stufe 2: Bewertungsverfahren, bei denen die Inputparameter der niedrigsten Stufe, die für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert insgesamt wesentlich sind, auf dem Markt direkt oder indirekt beobachtbar sind
- Stufe 3: Bewertungsverfahren, bei denen die Inputparameter der niedrigsten Stufe, die für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert insgesamt wesentlich sind, auf dem Markt nicht beobachtbar sind

Bei Vermögenswerten oder Schulden, die auf wiederkehrender Basis im Abschluss erfasst werden, bestimmt der Konzern, ob Umgruppierungen zwischen den Stufen der Hierarchie stattgefunden haben, indem er am Ende jeder Berichtsperiode die Klassifizierung (basierend auf dem Inputparameter der niedrigsten Stufe, der für die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert insgesamt wesentlich ist) überprüft.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zahlungsmittel umfassen Barmittel und Sichteinlagen. Zahlungsmitteläquivalente sind kurzfristige, äußerst liquide Finanzinvestitionen, die jederzeit in bestimmte Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen. Die Restlaufzeit beträgt nicht mehr als drei Monate.

Vorräte

Die Vorräte sind mit dem niedrigeren Wert aus Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten oder dem Nettoveräußerungswert angesetzt. Der Ermittlung der Anschaffungskosten liegt das gewogene Durchschnittsverfahren zugrunde.

Die Herstellungskosten selbstgefertigter Produkte umfassen produktionsbezogene Vollkosten, die auf der Grundlage einer normalen Kapazitätsauslastung ermittelt werden. Im Einzelnen enthalten die Herstellungskosten den Erzeugnissen direkt zurechenbare Einzelkosten (wie Fertigungsmaterial und -löhne) sowie fixe und variable Produktionsgemeinkosten (wie Material- und Fertigungsgemeinkosten sowie Abschreibungen). Dabei werden insbesondere die Kosten berücksichtigt, die auf den spezifischen Kostenstellen anfallen.

Den Bestandsrisiken der Vorratshaltung, die sich aus geminderter Wertbarkeit ergeben, wird durch angemessene Wertabschläge Rechnung getragen. Die Wertabschläge werden auf der Grundlage des zukünftigen Absatzplans oder des tatsächlichen Verbrauchs ermittelt. Hierbei werden abhängig von der jeweiligen Vorratsposition individuelle Betrachtungszeiträume zugrunde gelegt, die aufgrund sachgerechter Beurteilungskriterien überprüft und angepasst werden. Bei der Bewertung werden niedrigere realisierbare Nettoveräußerungswerte am Bilanzstichtag berücksichtigt. Sind bei früher abgewerteten Vorräten die Gründe für eine Abwertung weggefallen und ist somit der Nettoveräußerungswert gestiegen, wird die sich daraus ergebende Wertaufholung als Minderung des Materialaufwands erfasst.

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich der kumulierten planmäßigen Abschreibungen und kumulierten Wertminderungsaufwendungen angesetzt. Wenn Gegenstände des Sachanlagevermögens veräußert oder verschrottet werden, werden die entsprechenden Anschaffungskosten sowie die kumulierten Abschreibungen ausgebucht; ein realisierter Gewinn oder Verlust aus dem Abgang wird in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

Die Anschaffungs- oder Herstellungskosten einer Sachanlage umfassen den Kaufpreis einschließlich Einfuhrzöllen und im Zusammenhang mit dem Erwerb anfallender nicht erstattungsfähiger Erwerbsteuern sowie alle direkt zurechenbaren Kosten, die anfallen, um den Vermögenswert in einen betriebsbereiten Zustand und an den Standort für seine vorgesehene Verwendung zu bringen. Nachträgliche Ausgaben wie Wartungs- und Instandhaltungskosten, die entstehen, nachdem die Vermögenswerte des Anlagevermögens in Betrieb genommen wurden, werden in der Periode, in der sie anfallen, als Aufwand erfasst.

Die Nutzungsdauer und die Abschreibungsmethode für Sachanlagen werden periodisch überprüft, um zu gewährleisten, dass die Abschreibungsmethode und der Abschreibungszeitraum mit dem erwarteten wirtschaftlichen Nutzungsverlauf aus den Gegenständen des Sachanlagevermögens in Einklang stehen. Sofern eine Nutzungsdauer anzupassen ist, erfolgt dies prospektiv ab dem Zeitpunkt der Neueinschätzung.

Anlagen im Bau sind den unfertigen Sachanlagen zuzuordnen und werden zu ihren Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten ausgewiesen. Anlagen im Bau werden erst ab dem Zeitpunkt abgeschrieben, an dem die betreffenden Vermögenswerte fertiggestellt sind und im Geschäftsbetrieb eingesetzt werden.

Die Abschreibung erfolgt linear, entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer:

	Jahre
Gebäude	25–50
Andere Baulichkeiten	10–20
Spritzgussmaschinen	10
Technische Anlagen und sonstige Maschinen	5–10
Spritzguss- und Stanzwerkzeuge	3–6
Fahrzeuge	6
Software	3–8
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–13
Warenträger und Verkaufsständer	3

Leasing

Finanzierungs-Leasingverhältnisse, bei denen im Wesentlichen alle mit dem Eigentum verbundenen Chancen und Risiken am Leasinggegenstand auf Leifheit übertragen werden, führen zur Aktivierung des Leasinggegenstands zum Zeitpunkt des Abschlusses des Leasingverhältnisses. Der Leasinggegenstand wird mit seinem beizulegenden Zeitwert oder mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen, sofern dieser Wert niedriger ist, angesetzt. Leasingzahlungen werden derart in Finanzaufwendungen und den Tilgungsanteil der Restschuld aufgeteilt, dass über die Laufzeit des Leasingverhältnisses ein konstanter Zinssatz auf die verbliebene Leasingschuld entsteht. Finanzaufwendungen werden sofort erfolgswirksam erfasst.

Ist der Eigentumsübergang auf Leifheit am Ende der Laufzeit des Leasingverhältnisses nicht hinreichend sicher, so werden die aktivierten Leasingobjekte über den kürzeren der beiden Zeiträume von erwarteter Nutzungsdauer und Laufzeit des Leasingverhältnisses vollständig abgeschrieben.

Leasingzahlungen für Operating-Leasingverhältnisse werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte

Patente, Lizenzen und Software

Beträge, die für den Erwerb von Patenten und Lizenzen gezahlt wurden, werden aktiviert und anschließend über ihre voraussichtliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Die geschätzte Nutzungsdauer von Patenten und Lizenzen variiert zwischen drei und 15 Jahren. Die Vermögenswerte werden regelmäßig auf ihre Werthaltigkeit hin überprüft.

Die Anschaffungskosten neuer Software und die Kosten der Implementierung werden aktiviert und als ein immaterieller Vermögenswert behandelt, sofern diese Kosten kein integraler Bestandteil der zugehörigen Hardware sind.

Marken

Beträge, die für den Erwerb von Marken gezahlt werden, werden aktiviert. Marken werden als immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer eingestuft, da eine zeitliche Begrenzung des Zeitraums, über den der Vermögenswert für das Unternehmen Mittelzuflüsse generieren wird, nicht feststellbar ist. Die Marken werden gemäß IAS 36 einem jährlichen Werthaltigkeitstest unterzogen und bei Bedarf auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben.

Geschäfts- oder Firmenwert

Der Überschuss der Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs über den zum Erwerbszeitpunkt erworbenen Anteil an den Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden wird als Geschäfts- oder Firmenwert bezeichnet und als Vermögenswert angesetzt. Der Geschäftswert wird gemäß IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 einem jährlichen Werthaltigkeitstest unterzogen und bei Bedarf auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben.

Zum Zweck des Wertminderungstests wird der Geschäftswert ab dem Erwerbszeitpunkt den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten auf der niedrigsten Ebene innerhalb des Unternehmens zugeordnet, auf der der Geschäftswert für die interne Unternehmenssteuerung überwacht wird.

Wertminderung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten

Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte werden auf eine Wertminderung hin überprüft, wenn Sachverhalte oder Änderungen der Umstände darauf hindeuten, dass der Buchwert eines Vermögenswerts nicht erzielbar sein könnte (IAS 36). Sobald der Buchwert eines Vermögenswerts seinen erzielbaren Betrag übersteigt, wird eine Wertminderung ergebniswirksam erfasst. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus Nettoveräußerungspreis und Nutzungswert eines Vermögenswerts. Der Nettoveräußerungspreis ist der aus einem Verkauf eines Vermögenswerts zu marktüblichen Bedingungen erzielbare Betrag (beizulegender Zeitwert) abzüglich der Veräußerungskosten.

Der Nutzungswert ist der Barwert der geschätzten künftigen Cashflows, die aus der fortgesetzten Nutzung eines Vermögenswerts und seinem Abgang am Ende der Nutzungsdauer erwartet werden. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert einzeln oder, falls dies nicht möglich ist, für die zahlungsmittelgenerierende Einheit, zu der der Vermögenswert gehört, ermittelt.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Forschungskosten sind gemäß IAS 38 nicht aktivierungsfähig und werden somit unmittelbar als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Entwicklungskosten sind gemäß IAS 38 grundsätzlich zu aktivieren, soweit eine eindeutige Aufwandszuordnung möglich und sowohl die technische Realisierbarkeit als auch die Vermarktung der neu entwickelten Produkte sichergestellt ist. Die Entwicklungstätigkeit muss ferner mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zu künftigen Finanzmittelzuflüssen führen. Leifheit hat kleinere Forschungs- und Entwick-

lungsprojekte, die mit der Weiterentwicklung bestehender Produkte bzw. Teilen von Produkten befasst sind, deren Betrachtung hinsichtlich zu aktivierender Entwicklungskosten aufgrund von Wesentlichkeit unterbleibt. Bei größeren Forschungs- und Entwicklungsprojekten ist der Zeitpunkt, ab dem feststeht, ob ein künftiger Nutzen aus dem potenziellen Produkt erzielt wird, sehr spät in der gesamten Projektphase, sodass die der Entwicklung beizumessenden Kosten unwesentlich sind und wie die Forschungskosten aufwandswirksam erfasst werden.

Latente Steuern

Latente Steuern werden nach der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode für sämtliche temporären Differenzen zwischen den Wertansätzen der Steuerbilanz und der Konzernbilanz gebildet (Temporary-Konzept). Daneben werden latente Steueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen erfasst.

Die Abgrenzungen werden in Höhe der voraussichtlichen Steuerbelastung bzw. -entlastung nachfolgender Geschäftsjahre auf der Grundlage des zum Zeitpunkt der Realisation gültigen Steuersatzes vorgenommen.

Latente Steueransprüche, deren Realisierung unwahrscheinlich ist bzw. unwahrscheinlich wird, werden nicht angesetzt bzw. wertberichtigt.

Latente Steuern werden in gesonderten Positionen der Bilanz ausgewiesen.

Rückstellungen

Gemäß IAS 37 werden Rückstellungen gebildet, soweit eine gegenwärtige Verpflichtung aus einem vergangenen Ereignis gegenüber Dritten besteht, die künftig wahrscheinlich zu einem Abfluss von Ressourcen führt und zuverlässig geschätzt werden kann.

Rückstellungen für Gewährleistungsansprüche bildet Leifheit gemäß IAS 37 auf Einzelfallbasis und unter Zugrundelegung des bisherigen bzw. des geschätzten zukünftigen Garantiefaufwands der verkauften Produkte.

Die übrigen Rückstellungen werden ebenfalls nach IAS 37 für alle erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen in Höhe ihres wahrscheinlichen Eintritts berücksichtigt und nicht mit Rückgriffsansprüchen verrechnet.

Rückstellungen, die nicht schon im Folgejahr zu einem Ressourcenabfluss führen, werden mit ihrem zum Bilanzstichtag abgezinsten Erfüllungsbetrag angesetzt. Der Abzinsung liegen Marktzinssätze zugrunde.

Anteilsbasierte Vergütung

Die Verpflichtungen aus anteilsbasierter Vergütung, die eine Abgeltung in bar vorsehen, werden innerhalb des Erdienungszeitraums mittels Bewertungsanalysen unter Einbeziehung der Monte-Carlo-Simulation ermittelt. Die Verpflichtungen werden pro rata temporis über den jeweiligen Erdienungszeitraum zurückgestellt.

Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer/Pensionsrückstellungen

Die versicherungsmathematische Bewertung der aus den leistungs- und beitragsorientierten Plänen resultierenden Verpflichtung (Defined Benefit Obligation) beruht auf der Methode der laufenden Einmalprämien (Project Unit Credit Method). Neubewertungen, einschließlich versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste, werden sofort in der Bilanz erfasst und in der Periode, in der sie anfallen, über das sonstige Ergebnis in die sonstigen Rücklagen (debitorisch oder kreditorisch) eingestellt. Neubewertungen dürfen in Folgeperioden nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden. Anpassungen der Pensionspläne werden erfolgswirksam behandelt.

Bei diesem Verfahren werden neben den am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften auch künftig zu erwartende Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt.

Eigenkapital

Eigene Anteile mindern das in der Bilanz ausgewiesene Eigenkapital. Der Erwerb eigener Anteile wird als Veränderung des Eigenkapitals dargestellt. Der Verkauf, die Ausgabe oder die Einziehung von eigenen Anteilen wird erfolgsneutral erfasst. Erhaltene Gegenleistungen werden im Abschluss als Veränderung des Eigenkapitals ausgewiesen.

In den sonstigen Rücklagen werden Umrechnungsrücklagen gebildet, um die aus der Konsolidierung der Abschlüsse wirtschaftlich selbstständiger ausländischer Tochterunternehmen oder Niederlassungen entstehenden Umrechnungsdifferenzen zu berücksichtigen.

Umrechnungsdifferenzen aus einem monetären Posten, der Teil der Nettoinvestition der Gesellschaft in eine wirtschaftlich selbstständige ausländische Teileinheit ist, wie zum Beispiel einem langfristigen Darlehen, werden bis zur Veräußerung/Liquidation dieses Geschäftsbetriebs im Konzernabschluss erfolgsneutral im Eigenkapital behandelt. Bei Veräußerung der entsprechenden Vermögenswerte werden die Rücklagen für Währungsumrechnungen in den sonstigen Rücklagen in der gleichen Periode als Ertrag oder Aufwand ausgewiesen, in der auch der Gewinn oder Verlust aus dem Abgang ausgewiesen wird.

Neubewertungen, einschließlich versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste aus der Bewertung von Pensionsverpflichtungen, werden in den sonstigen Rücklagen ausgewiesen.

Gewinne und Verluste aus wirksamen Sicherungsgeschäften werden ebenfalls erfolgsneutral in der Rücklage zur Absicherung von Cashflows in den sonstigen Rücklagen erfasst, soweit eine Effektivität nachgewiesen werden kann.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten

Finanzielle Vermögenswerte im Sinne von IAS 39 werden als finanzielle Vermögenswerte, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, als Kredite und Forderungen, als bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen oder als zur Veräußerung verfügbare Finanzinvestitionen klassifiziert. Derivate, die nicht formell als Sicherungsinstrument designiert sind, werden nach IAS 39 zum beizulegenden Zeitwert bewertet und als finanzielle Vermögenswerte bzw. finanzielle Verbindlichkeiten klassifiziert.

Finanzielle Verbindlichkeiten im Sinne von IAS 39 werden als finanzielle Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, klassifiziert.

Der Konzern legt die Klassifizierung seiner finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten mit dem erstmaligen Ansatz fest. Umwidmungen werden, sofern sie zulässig und erforderlich sind, zum Ende des Geschäftsjahres vorgenommen. Beim erstmaligen Ansatz von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten werden diese zu ihrem beizulegenden Zeitwert am Erfüllungstag bewertet.

Kredite und Forderungen

Kredite und Forderungen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbareren Zahlungen, die nicht in einem aktiven Markt notiert sind. Nach der erstmaligen Erfassung werden die Kredite und Forderungen zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode abzüglich etwaiger Wertminderungen bewertet. Gewinne und Verluste werden im Periodenergebnis erfasst, wenn die Kredite und Forderungen ausgebucht oder wertgemindert sind, sowie im Rahmen von Amortisationen. Kredite und Forderungen umfassen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie sonstige finanzielle Vermögenswerte im Konzern.

Finanzielle Verbindlichkeiten und verzinsliche Darlehen

Finanzielle Verbindlichkeiten und verzinsliche Darlehen werden unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst, wenn die Schulden ausgebucht werden, sowie im Rahmen von Amortisationen.

Derivate Finanzinstrumente

Der Konzern verwendet derivative Finanzinstrumente wie beispielsweise Devisenterminkontrakte, um sich gegen Wechselkursrisiken abzusichern.

Zum Zwecke der Bilanzierung werden die Sicherungsinstrumente wie folgt unterschieden:

- als Absicherung von Cashflows, wenn es sich um eine Absicherung des Risikos von Schwankungen der Cashflows handelt, das dem mit einem bilanzierten Vermögenswert, mit einer bilanzierten Verbindlichkeit oder mit einer höchstwahrscheinlich eintretenden künftigen Transaktion verbundenen Währungsrisiko einer nicht bilanzierten festen Verpflichtung zugeordnet werden kann (Cashflow Hedges). Dabei werden zu Beginn der Absicherung sowohl die Sicherungsbeziehung als auch die Risikomanagementzielsetzungen und -strategien des Konzerns im Hinblick auf die Absicherung formal festgelegt und dokumentiert. Die Dokumentation enthält die Festlegung des Sicherungsinstruments, des Grundgeschäfts oder der abgesicherten Transaktion sowie die Art des abgesicherten Risikos

und eine Beschreibung, wie das Unternehmen die Wirksamkeit der Änderungen des beizulegenden Zeitwerts des Sicherungsinstruments bei der Kompensation der Risiken aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts oder der Cashflows des gesicherten Grundgeschäfts ermittelt, die sich auf das abgesicherte Risiko zurückführen lassen. Derartige Sicherungsbeziehungen werden hinsichtlich der Erreichung einer Kompensation der Risiken aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts oder der Cashflows als in hohem Maße wirksam eingeschätzt. Sie werden fortlaufend dahingehend beurteilt, ob sie tatsächlich während der gesamten Berichtsperiode hoch wirksam waren, für die die Sicherungsbeziehung definiert wurde.

Bei Sicherungsgeschäften, die die strengen Kriterien für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen erfüllen (Absicherung von Cashflows/Cashflow Hedges), wird der unwirksame Teil des Gewinns oder Verlusts aus dem Sicherungsinstrument sofort erfolgswirksam im Fremdwährungsergebnis erfasst. Hingegen wird der wirksame Teil ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis in der Rücklage zur Absicherung von Cashflows in den sonstigen Rücklagen erfasst. 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.

- als Absicherung von Cashflows, wenn es sich um eine Absicherung des Risikos von Schwankungen der Cashflows handelt, das zwar dem mit einem bilanzierten Vermögenswert oder einer bilanzierten Verbindlichkeit verbundenen Währungsrisiko zugeordnet werden kann, nicht aber mit einer höchstwahrscheinlich eintretenden künftigen Transaktion.

Diese Absicherungen werden zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zum beizulegenden Zeitwert angesetzt und in den Folgeperioden mit dem beizulegenden Zeitwert neu bewertet. Bei einem positiv beizulegenden Zeitwert werden sie als finanzielle Vermögenswerte angesetzt und als finanzielle Verbindlichkeiten, wenn ihr beizulegender Zeitwert negativ ist. Gewinne oder Verluste aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von Derivaten werden sofort erfolgswirksam erfasst.

Die Bewertung von Devisentermingeschäften erfolgte nach der Barwertmethode, wobei Terminkurs und Nominal unter Berücksichtigung des Zinssatzes (Swapkurve) auf den Berichtszeitpunkt verbarwertet wurden. Bei den verwendeten Swapkurven handelt es sich ausschließlich um Marktdaten.

Die verwendeten Marktwerte wurden dabei jeweils zur Marktmitte errechnet.

Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten

Der Konzern ermittelt zu jedem Bilanzstichtag, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts oder einer Gruppe von finanziellen Vermögenswerten vorliegen. Es liegen dann objektive Anhaltspunkte für eine Wertminderung vor, wenn der beizulegende Zeitwert nachhaltig und signifikant unter den Buchwert fällt. Sofern ein solcher Vermögenswert wertgemindert ist, wird dieser Effekt erfolgswirksam erfasst. Ein zuvor direkt im Eigenkapital erfasster kumulierter Verlust (bei zur Veräußerung verfügbaren Finanzinvestitionen) wird erfolgswirksam gebucht. Bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden Wertberichtigungen auf separaten Wertberichtigungskonten erfasst.

Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten

Ein finanzieller Vermögenswert wird ausgebucht, wenn der Konzern die Verfügungsmacht über die vertraglichen Rechte verliert, aus denen der finanzielle Vermögenswert besteht. Eine finanzielle Verbindlichkeit wird ausgebucht, wenn die dieser Verbindlichkeit zugrunde liegende Verpflichtung erfüllt, gekündigt oder erloschen ist.

Ertrags- und Aufwandserfassung

Die Erfassung von Umsatzerlösen beziehungsweise sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt grundsätzlich erst dann, wenn die Leistungen erbracht beziehungsweise die Waren oder Erzeugnisse geliefert worden sind und somit der Gefahrenübergang auf den Kunden stattgefunden hat. Umsatzabhängige Erlösschmälerungen in Form von Kundenboni sowie Skonti werden umsatzmindernd berücksichtigt.

In den Kosten der Umsatzerlöse sind die zur Erzielung der Umsatzerlöse angefallenen Kosten und die Einstandskosten des Handelsgeschäfts ausgewiesen. In dieser Position sind auch die Kosten der Dotierung von Rückstellungen für Gewährleistung enthalten.

In den Vertriebskosten sind neben Personal- und Sachkosten sowie Abschreibungen des Vertriebsbereichs die angefallenen Versand-, Werbe-, Verkaufsförderungs-, Marktforschungs- und Kundendienstkosten sowie Ausgangsfrachten enthalten.

Zu den Verwaltungskosten gehören Personal- und Sachkosten sowie die auf den Verwaltungsbereich entfallenden Abschreibungen.

Kostensteuern, wie zum Beispiel Grundsteuer und Kfz-Steuer, werden verursachungsgerecht den Herstellungs-, Forschungs- und Entwicklungskosten-, Vertriebs- oder Verwaltungskosten zugeordnet.

Zinserträge und -aufwendungen werden periodengerecht abgegrenzt. Bei allen zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Finanzinstrumenten sowie den verzinslichen als zur Veräußerung verfügbar eingestuft finanziellen Vermögenswerten werden Zinserträge und Zinsaufwendungen anhand des Effektivzinssatzes erfasst. Dabei handelt es sich um den Kalkulationszinssatz, mit dem die geschätzten künftigen Ein- und Auszahlungen über die erwartete Laufzeit des Finanzinstruments oder gegebenenfalls eine kürzere Periode exakt auf den Nettobuchwert des finanziellen Vermögenswerts oder der finanziellen Verbindlichkeit abgezinst werden.

Fremdkapitalkosten

Alle Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfolgswirksam erfasst, in der sie anfallen. Es bestehen keine wesentlichen Zinsaufwendungen, die in den Herstellungskosten zu aktivieren wären.

Eventualschulden und -forderungen

Eventualschulden werden im Abschluss nicht angesetzt. Sie werden im Anhang angegeben, außer wenn die Möglichkeit eines Abflusses von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen sehr unwahrscheinlich ist. Eventualforderungen werden im Abschluss ebenfalls nicht angesetzt. Sie werden jedoch im Anhang angegeben, wenn der Zufluss wirtschaftlichen Nutzens wahrscheinlich ist.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die zusätzliche Informationen zur Lage der Gesellschaft zum Bilanzstichtag liefern (berücksichtigungspflichtige wertaufhellende Ereignisse), werden im Abschluss bilanziell berücksichtigt. Nicht zu berücksichtigende wertbegründende Ereignisse nach dem Bilanzstichtag werden im Anhang angegeben, wenn sie wesentlich sind.

Wesentliche Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen

Die Erstellung der Jahresabschlüsse erfordert in bestimmten Einzelfällen Ermessensentscheidungen sowie Schätzungen und Annahmen über die Beträge von Forderungen, Verbindlichkeiten und Rückstellungen (Ziffer 25), Abschreibungsdauer, latente Steuern, die Angabe von Eventualverbindlichkeiten, Werthaltigkeitstests sowie die ausgewiesenen Erträge und Aufwendungen. Die tatsächlichen Ergebnisse können hiervon abweichen. Die im Zusammenhang mit dem Wertminderungstest von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen getroffenen wichtigsten Annahmen und Schätzungen werden im Anhang unter Ziffer 22, die Annahmen und Schätzungen im Zusammenhang mit der Bilanzierung der Pensionsverpflichtungen unter Ziffer 26 und die Annahmen und Schätzungen im Zusammenhang mit der Bilanzierung der latenten Steueransprüche unter Ziffer 13 dargestellt.

Ferner wird im Rahmen der Bilanzierungsmethode von Forschungs- und Entwicklungskosten Ermessen dahingehend ausgeübt, dass Kosten für kleinere Projekte (kleiner 100 T €) direkt als Aufwand erfasst werden und bei größeren Projekten der Zeitpunkt der Realisierbarkeit subjektiv bestimmt wird.

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Ab 2015 verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards

Der IASB hatte keine für Leifheit relevanten Standards und Interpretationen veröffentlicht, die bereits im Rahmen des Komitologieverfahrens in das EU-Recht übernommen wurden und erstmals ab dem Geschäftsjahr 2015 verpflichtend anzuwenden waren.

Künftig verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards

EU-Endorsement erfolgt

Der IASB hat die nachfolgend aufgelisteten Standards und Interpretationen veröffentlicht, die bereits im Rahmen des Komitologieverfahrens in das EU-Recht übernommen wurden, aber im Geschäftsjahr 2015 noch nicht verpflichtend anzuwenden waren. Der Konzern wendet diese Standards und Interpretationen nicht vorzeitig an.

– Änderungen von IAS 19 – Leistungsorientierte Pläne:

Beiträge von Arbeitnehmern

Die Änderung von IAS 19 wurde im November 2013 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Februar 2015 beginnt. Die Änderung regelt die Erfassung von Beiträgen von Arbeitnehmern oder Dritten zum Pensionsplan als Reduktion des Dienstzeitaufwands, sofern diese die in der Berichtsperiode erbrachte Leistung widerspiegeln. Die Änderung ist rückwirkend anzuwenden. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

Die Regelung wird keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss haben, da Beiträge von Arbeitnehmern in den derzeitigen Pensionsplänen nicht vorgesehen sind.

– Änderung von IAS 16 und IAS 38 – Klarstellung zulässiger Abschreibungsmethoden

Die Änderungen präzisieren den in IAS 16 und IAS 38 enthaltenen Grundsatz, dass der Umsatz den Betrieb eines Geschäftsbetriebs (zu dem der Vermögenswert gehört) und nicht den Verbrauch wirtschaftlichen Nutzens eines Vermögenswertes widerspiegelt. Infolgedessen kann eine umsatzabhängige Methode nicht für die Abschreibung von Sachanlagen herangezogen werden, sondern lediglich – und dies auch nur in sehr begrenzten Fällen – für die Abschreibung von immateriellen Vermögenswerten. Die Änderungen sind prospektiv für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

Die Änderung hat keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss, da die Umsatzerlöse nicht für die Abschreibungen von Sachanlagen herangezogen werden.

EU-Endorsement ausstehend

Der IASB hat die nachfolgend aufgelisteten Standards und Interpretationen veröffentlicht, die im Geschäftsjahr 2015 noch nicht verpflichtend anzuwenden waren. Diese Standards und Interpretationen wurden von der EU bislang nicht anerkannt und werden vom Konzern nicht angewandt.

– IFRS 9 Finanzinstrumente

Im Juli 2014 hat das IASB die finale Fassung von IFRS 9 Finanzinstrumente veröffentlicht, die IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung sowie alle vorherigen Versionen von IFRS 9 ersetzt. IFRS 9 führt die drei Projektphasen zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten „Klassifizierung und Bewertung“, „Wertminderung“ und „Bilanzierung von Sicherungsgeschäften“ zusammen. IFRS 9 gilt erstmals für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Eine frühere Anwendung ist zulässig. Mit Ausnahme der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften ist der Standard rückwirkend anzuwenden, jedoch ist die Angabe von Vergleichsinformationen nicht erforderlich. Die Vorschriften für die Bilanzierung von Sicherungsgeschäften sind im Allgemeinen bis auf wenige Ausnahmen prospektiv anzuwenden.

Leifheit beabsichtigt, den neuen Standard zum vorgeschriebenen Datum des Inkrafttretens anzuwenden. Im Geschäftsjahr 2015 haben wir eine Bewertung der Auswirkungen aller drei Aspekte von IFRS 9 durchgeführt. Diese vorläufige Beurteilung basiert auf aktuell verfügbaren Informationen und kann sich aufgrund weiterer detaillierter Analysen oder zusätzlicher angemessener und belastbarer Informationen, die in der Zukunft zur Verfügung gestellt werden, ändern. Insgesamt rechnen wir nicht mit wesentlichen Auswirkungen auf die Bilanz und das Eigenkapital mit Ausnahme des Effekts, der sich aus der Anwendung der Wertminderungsvorschriften in IFRS 9 ergibt. Wir rechnen nicht mit wesentlich höheren zu bildenden Risikovorsorgen, die sich nachteilig auf das Eigenkapital auswirken würden, und werden künftig eine detaillierte Bewertung durchführen, um das Ausmaß dieser Auswirkungen festzustellen.

– IFRS 15 Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden

IFRS 15 wurde im Mai 2014 veröffentlicht und führt ein fünfstufiges Modell für die Bilanzierung von Umsatzerlösen aus Verträgen mit Kunden ein. Nach IFRS 15 werden Umsatzerlöse in Höhe der Gegenleistung erfasst, mit der ein Unternehmen im Gegenzug für die Übertragung von Gütern oder Dienstleistungen auf einen Kunden rechnen kann (der Transaktionspreis im Sinne von IFRS 15). Der neue Standard zu Umsatzerlösen wird alle derzeit bestehenden Vorschriften zur Umsatzrealisierung nach IFRS ersetzen. Für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen, ist entweder die vollständige retrospektive Anwendung oder eine modifizierte retrospektive Anwendung vorgeschrieben. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

Im Geschäftsjahr 2015 führten wir eine vorläufige Beurteilung von IFRS 15 durch, die sich im Zuge der weiteren detaillierteren Analyse möglicherweise ändern kann. Des Weiteren berücksichtigen wir die vom IASB im Juli 2015 in einem Exposure Draft veröffentlichten Klarstellungen und werden die weiteren Entwicklungen überwachen.

Wir haben fast ausschließlich Verträge mit Kunden, bei denen der Verkauf von Gütern die einzige Leistungsverpflichtung darstellt. Die Umsatzrealisierung erfolgt zu dem Zeitpunkt, an dem die Verfügungsgewalt über den Vermögenswert auf den Kunden übergeht. Wir werden daher keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss haben. Lediglich hinsichtlich der Zuordnung von Werbekostenzuschüssen zu den Erlösschmälerungen oder zu den Kosten kann es zu Verschiebungen kommen. Wir gewähren zum Teil Garantien, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Da dieser Leistung kein Wert zugeordnet werden kann, erwarten wir keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

– IFRS 16 Leasingverhältnisse

Das IASB hat im Januar 2016 den neuen Standard zur Leasingbilanzierung veröffentlicht. Dieser sieht für Leasingnehmer für die meisten Leasingverhältnisse den verpflichtenden Ansatz des Nutzungsrechts am Leasinggegenstand und einer korrespondierenden Leasingverbindlichkeit vor. Für Leasinggeber gibt es hingegen lediglich geringfügige Änderungen im Vergleich zur Klassifizierung und Bilanzierung von Leasingverhältnissen nach IAS 17.

IFRS 16 erfordert sowohl für Leasingnehmer als auch für Leasinggeber erweiterte Anhangangaben. IFRS 16 gilt erstmals für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist unter der Maßgabe zulässig, dass IFRS 15 Umsatzerlöse aus Verträgen mit Kunden bereits angewendet wird oder zusammen mit IFRS 16 zum gleichen Zeitpunkt angewendet wird.

Wir beabsichtigen, den neuen Standard zum vorgeschriebenen Datum des Inkrafttretens anzuwenden. Überschlägig wird die Anwendung des neuen Standards zu einer Bilanzverlängerung führen. Der exakte Umfang der Auswirkungen muss jedoch noch ermittelt werden.

– Änderung von IAS 1 – Offenlegungsinitiative

Die Änderungen an IAS 1 Darstellung des Abschlusses stellen eher eine Klarstellung als eine wesentliche Änderung der bestehenden Anforderungen von IAS 1 dar. Die Änderungen präzisieren Folgendes:

- Die Wesentlichkeitsbestimmungen in IAS 1.
- Bestimmte Posten in der Gewinn- und Verlustrechnung, der Gesamtergebnisrechnung und in der Bilanz können aufgegliedert werden.
- Unternehmen können frei wählen, in welcher Reihenfolge sie die Angaben im Anhang darstellen.

Der Anteil von nach der Equity-Methode bilanzierten assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen am sonstigen Ergebnis ist jeweils in einem einzigen Posten auszuweisen, unterteilt danach, ob diese Posten in Folgeperioden in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden oder nicht. Außerdem stellen die Änderungen klar, welche Vorschriften für die Darstellung zusätzlicher Zwischensummen in der Bilanz, der Gewinn- und Verlustrechnung und im sonstigen Ergebnis gelten. Diese Änderungen sind für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Eine vorzeitige Anwendung ist zulässig.

Diese Änderungen enthalten im Wesentlichen konzeptionelle Klarstellungen und werden sich daher voraussichtlich nicht auf den Konzernabschluss auswirken.

Standards oder Interpretationen, die keine Anwendung finden

Nachfolgend aufgelistete Neuregelungen sind auf den Konzern nicht anwendbar und werden daher keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben:

- Änderung an IAS 16 und IAS 41 – Fruchttragende Pflanzen
- Änderung an IFRS 11 – Gemeinsame Vereinbarungen: Bilanzierung des Erwerbs von Anteilen
- Änderung an IAS 27 – Equity-Methode in Einzelabschlüssen
- Änderung an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28 – Investmentgesellschaften: Anwendung der Befreiungsregelung von der Konsolidierungspflicht
- Änderung an IFRS 10 und IAS 28 – Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten eines Investors an bzw. in ein assoziiertes Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen
- Verbesserungen zu IFRS (2010–2012)
- Verbesserungen zu IFRS (2012–2014)

Segmentberichterstattung

Zur Unternehmenssteuerung ist der Leifheit-Konzern in Unternehmensbereichen organisiert und verfügt über die beiden berichtspflichtigen Segmente Markengeschäft und Volumengeschäft.

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen 2015		Markengeschäft	Volumengeschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	188,1	43,7	231,8
Bruttomarge	%	49,3	35,4	46,7
Deckungsbeitrag	Mio €	77,3	13,7	91,0
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	15,5	6,2	21,7
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt ¹	Mio €	14,6	4,6	19,2
Abschreibungen	Mio €	4,9	0,9	5,8
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	803	251	1.054

¹ Bereinigt um Fremdwährungsergebnisse.

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen 2014		Markengeschäft	Volumengeschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	180,4	40,3	220,7
Bruttomarge	%	50,1	36,9	47,7
Deckungsbeitrag	Mio €	76,4	13,5	89,9
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	16,2	5,3	21,5
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt ¹	Mio €	12,2	4,2	16,4
Abschreibungen	Mio €	5,5	0,8	6,3
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	Personen	764	275	1.039

¹ Bereinigt um Fremdwährungsergebnisse.

Die Aufgliederung nach Segmenten entspricht der internen Berichtsstruktur und umfasst die Unternehmensbereiche Markengeschäft und Volumengeschäft.

Im Unternehmensbereich Markengeschäft werden Haushaltsgeräte unter der Marke Leifheit sowie Waagen und Relax-Produkte unter der Marke Soehnle entwickelt, produziert und vertrieben.

Im Unternehmensbereich Volumengeschäft sind die Aktivitäten von Birambeau und Herby sowie das Projektgeschäft zusammengefasst.

Zwischen den beiden Segmenten Markengeschäft und Volumengeschäft existieren keine nicht konsolidierten Transaktionen.

Die Ergebnisse der Unternehmensbereiche werden jeweils vom Vorstand überwacht, um Entscheidungen über die Verteilung der Ressourcen zu fällen und um die Ertragskraft der Einheiten zu bestimmen. Die Entwicklung der Segmente wird anhand des Ergebnisses beurteilt und in Übereinstimmung mit dem Ergebnis im Konzernabschluss bewertet. Auch die Konzernfinanzierung (einschließlich Finanzaufwendungen und -erträgen) sowie die Ertragsteuern werden konzerneinheitlich gesteuert und nicht den einzelnen Geschäftssegmenten zugeordnet.

Die Steuerungsgrößen der Segmente sind die Umsatzerlöse, die Bruttomarge, der Deckungsbeitrag und das EBIT. Diese folgen in Bezug auf die Bewertungen den IAS/IFRS. Weitere Kennzahlen sind nicht Gegenstand der regelmäßigen Berichterstattung.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung sowie zur Gesamtergebnisrechnung

(1) Umsatzerlöse

T € (nach Regionen)	2014	2015
Inland	95.000	98.876
Zentraleuropa	96.019	103.178
Osteuropa	19.392	19.556
Rest der Welt	10.284	10.222
	220.695	231.832

Für die regionale Zuordnung der Umsatzerlöse ist der Sitz des Kunden maßgeblich.

T € (nach Segmenten)	2014	2015
Markengeschäft	180.437	188.103
Volumengeschäft	40.258	43.729
	220.695	231.832

(2) Kosten der Umsatzerlöse

T €	2014	2015
Materialaufwand	86.447	91.313
Personalkosten	12.465	12.315
Bezogene Leistungen	3.904	4.529
Abschreibungen	3.164	2.856
IT-Kosten und sonstige Umlagen	1.802	1.983
Instandhaltung	1.335	1.925
Dienstleistungen	999	1.792
Hilfs- und Betriebsstoffe	1.392	1.655
Zollkosten	1.051	1.400
Energie	1.148	1.164
Lizenzgebühren	251	255
Mieten	181	214
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	159	156
Wertberichtigungen auf Vorräte (Nettoveränderung)	-1.582	99
Sonstige Kosten der Umsatzerlöse	2.730	1.898
	115.446	123.554

(3) Forschungs- und Entwicklungskosten

T €	2014	2015
Personalkosten	2.144	2.601
Dienstleistungen	316	1.096
Gebühren	562	400
IT-Kosten und sonstige Umlagen	336	266
Instandhaltung	125	194
Sonstige Forschungs- und Entwicklungskosten	280	267
	3.763	4.824

(4) Abschreibungen

T €	2014	2015
Sachanlagen		
Kosten der Umsatzerlöse	3.140	2.834
Forschungs- und Entwicklungskosten	50	51
Vertriebskosten	1.061	1.037
Verwaltungskosten	236	210
IT-Kosten und sonstige Umlagen	842	825
	5.329	4.957
Immaterielle Vermögenswerte		
Kosten der Umsatzerlöse	24	22
Forschungs- und Entwicklungskosten	12	13
Vertriebskosten	133	159
Verwaltungskosten	61	54
IT-Kosten und sonstige Umlagen	695	552
	925	800
Abschreibungen gesamt	6.254	5.757

(5) Personalaufwand/Mitarbeiter

T €	2014	2015
Löhne und Gehälter	37.381	36.591
Sozialabgaben	8.017	7.954
Aufwendungen für Altersversorgung	679	809
	46.077	45.354

Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	2014	2015
Deutschland	399	409
Tschechische Republik	407	407
Frankreich	171	171
Sonstige Länder	62	67
	1.039	1.054

(6) Vertriebskosten

T €	2014	2015
Personalkosten	18.381	18.322
Werbeaufwendungen	16.907	15.827
Ausgangsfrachten	10.921	11.652
Provisionen	5.463	6.729
IT-Kosten und sonstige Umlagen	5.137	5.265
Dienstleistungen	4.090	4.654
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	1.851	1.612
Verpackungsmaterialien	1.102	1.429
Abschreibungen	1.194	1.196
Mieten	700	670
Vergütungen an Kunden	465	616
Instandhaltung	463	491
Versicherungen	288	374
Allgemeine Betriebs- und Verwaltungskosten	230	243
Post- und Telefonkosten	191	172
Büro- und sonstige Gemeinkosten	228	156
Sonstige Vertriebskosten (kleiner als 100 T €)	1.745	813
	69.356	70.221

(7) Verwaltungskosten

T €	2014	2015
Personalkosten	10.511	8.950
Dienstleistungen	2.166	1.771
IT-Kosten und sonstige Umlagen	795	798
Instandhaltung	390	646
Abschlusskosten	522	513
Büro- und sonstige Gemeinkosten	277	360
Mieten	254	325
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	342	320
Aufsichtsratsvergütung	275	280
Abschreibungen	297	264
Post- und Telefonkosten	258	224
Allgemeine Betriebs- und Verwaltungskosten	142	196
Versicherungen	103	104
Sonstige Verwaltungskosten (kleiner als 100 T €)	473	575
	16.805	15.326

(8) Sonstige betriebliche Erträge

T €	2014	2015
Provisionserträge	603	632
Lizenerträge	217	249
Erträge aus dem Verkauf von Vermögenswerten	–	131
Andere betriebliche Erträge (kleiner als 100 T €)	315	444
	1.135	1.456

(9) Sonstige betriebliche Aufwendungen

T €	2014	2015
Sonstige betriebliche Aufwendungen (kleiner als 100 T €)	20	169
	20	169

(10) Fremdwährungsergebnis

T €	2014	2015
Realisierte Kursgewinne	1.388	2.178
Ergebnis aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften	3.139	651
Effekte aus Fremdwährungsbewertung	576	–372
	5.103	2.457

Bei dem Ergebnis aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften handelte es sich um Devisentermingeschäfte, für die keine Sicherungsbeziehungen bestehen.

(11) Zinserträge

T €	2014	2015
Zinserträge aus Aufzinsungen	191	67
Zinserträge aus Finanzinstrumenten	210	48
Zinserträge aus Steuern	1	–
	402	115

Bei den Zinserträgen aus Finanzinstrumenten handelte es sich um Zinserträge aus Guthaben bei Kreditinstituten sowie aus Geldanlagen in Form von Namenspapieren.

(12) Zinsaufwendungen

T €	2014	2015
Zinsaufwendungen aus Aufzinsungen von Pensionsverpflichtungen	1.912	1.445
Zinsaufwendungen aus Aufzinsungen und Steuern	262	79
Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten	–	3
	2.174	1.527

(13) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

T €	2014	2015
Körperschaftsteuer (Deutschland)	977	2.124
Gewerbesteuer (Deutschland)	595	633
Ausländische Ertragsteuer	1.732	2.040
Latente Ertragsteuer	2.390	1.108
	5.694	5.905

T €	2014	2015
Periodenfremder tatsächlicher Ertragsteueraufwand	2	10
Latente Steuern aus temporären Unterschieden und steuerlichen Verlustvorträgen	2.390	1.108
Tatsächlicher Steueraufwand	3.302	4.787
Steuerliche Belastung	5.694	5.905

Der in Deutschland auf die Leifheit Aktiengesellschaft anzuwendende Steuersatz für Körperschaft- und Gewerbesteuer betrug 29,1 Prozent (2014: 28,7 Prozent).

Die Überleitung der Ertragsteuersumme auf den theoretischen Betrag, der sich bei Anwendung des im Land des Hauptsitzes der Gesellschaft geltenden Steuersatzes ergeben würde, stellt sich wie folgt dar:

T €	2014	2015
Ergebnis vor Ertragsteuern	19.807	20.238
Steueraufwand bei Zugrundelegung des für die Muttergesellschaft geltenden Steuersatzes	5.685	5.889
Periodenfremder tatsächlicher Ertragsteueraufwand	2	10
Unterschiedliche ausländische Steuersätze	63	131
Anpassung des Ansatzes aktiver latenter Steuern aus Verlustvorträgen	–	–132
Steuerlich nicht wirksame Verluste von Konzerngesellschaften	59	27
Steuerlich nicht wirksame Aufwendungen von Konzerngesellschaften	69	112
Anpassung latenter Steuersatz	–152	–111
Sonstiges	–32	–21
Steuerliche Belastung	5.694	5.905

Latente Steuern werden für alle wesentlichen temporären Differenzen zwischen der Handelsbilanz und der Steuerbilanz gebildet. Die latenten Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung setzen sich wie folgt zusammen:

T €	2014	2015
Unterschiedliche Abschreibungszeiträume im Anlagevermögen	172	–408
Bewertung von Vorräten	–41	120
Bewertung von Forderungen und Vermögenswerten	–267	223
Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten	883	104
Bewertung von Pensionen	–133	–16
Bewertung von Rückstellungen für Altersteilzeit	3	1
Unterschiedliche Ansatzvorschriften für sonstige Rückstellungen	–204	215
Bewertung von Verbindlichkeiten	32	–81
Sonstige zeitliche Unterschiede	–1	–20
Steuerliche Verlustvorträge	1.972	1.055
Währungseffekte	–26	–85
Latente Ertragsteuern	2.390	1.108

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge werden nur gebildet, soweit ihre Nutzung in einem Fünfjahreszeitraum zu erwarten ist.

Auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 13.025 T € (2014: 13.337 T €) und auf gewerbsteuerliche Verlustvorträge von 3.640 T € (2014: 3.544 T €) wurden keine aktiven latenten Steuern gebildet, weil davon ausgegangen wird, dass die steuerlichen Verlustvorträge nicht mit überwiegender Wahrscheinlichkeit in den kommenden fünf Jahren in Anspruch genommen werden können. Die steuerlichen Verlustvorträge in Deutschland (12.391 T € aus Körperschaftsteuer sowie 3.640 T € aus Gewerbesteuer) und Belgien (116 T € aus Körperschaftsteuer) haben eine unbegrenzte Nutzungsdauer. Die Nutzungsdauer in Spanien (363 T € aus Körperschaftsteuer) beträgt 18 Jahre und in der Tschechischen Republik (155 T € aus Körperschaftsteuer) 5 Jahre.

Die temporären Differenzen im Zusammenhang mit Anteilen an Tochterunternehmen belaufen sich auf 122 T € (2014: 164 T €).

Die latenten Steuern in der Bilanz setzen sich wie folgt zusammen:

T €	31.12.2015	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Unterschiedliche Abschreibungszeiträume im Anlagevermögen	631	3.030
Bewertung von Vorräten	478	110
Bewertung von Forderungen und Vermögenswerten	83	492
Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten	4	2.977
Bewertung von Pensionen	10.133	–
Unterschiedliche Ansatzvorschriften für sonstige Rückstellungen	525	5
Bewertung von Verbindlichkeiten	166	4
Sonstige zeitliche Unterschiede	82	–
Steuerliche Verlustvorträge	91	–
Bruttowert	12.193	6.618
Saldierung	–2.356	–2.356
Bilanzansatz	9.837	4.262

T €	31.12.2014	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Unterschiedliche Abschreibungszeiträume im Anlagevermögen	493	3.300
Bewertung von Vorräten	491	4
Bewertung von Forderungen und Vermögenswerten	57	241
Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten	193	1.538
Bewertung von Pensionen	10.759	3
Bewertung von Rückstellungen für Altersteilzeit	1	–
Unterschiedliche Ansatzvorschriften für sonstige Rückstellungen	736	–
Bewertung von Verbindlichkeiten	81	–
Sonstige zeitliche Unterschiede	63	–
Steuerliche Verlustvorträge	1.146	–
Bruttowert	14.020	5.086
Saldierung	–2.632	–2.632
Bilanzansatz	11.388	2.454

(14) Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie errechnet sich aus der Division des Ergebnisanteils der Aktionäre der Leifheit Aktiengesellschaft durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres im Umlauf befindlichen Aktien. Es wurden keine Finanzierungs- oder Vergütungsinstrumente eingesetzt, die zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Aktie führen.

		2014	2015
Ausgegebene Aktien	T Stück	5.000	5.000
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der eigenen Aktien	T Stück	250	248
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.752

		2014	2015
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Periodenergebnis	T €	14.113	14.333
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.752
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	€	2,97	3,02

		2014	2015
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Gesamtergebnis nach Steuern	T €	7.863	20.353
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.752
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)	€	1,66	4,28

Erläuterungen zur Bilanz

(15) Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestände in Höhe von 64.200 T € (2014: 58.808 T €) wurden zum jeweils beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Buchwert entspricht jeweils dem beizulegenden Zeitwert.

(16) Finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)

Bei den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten handelte es sich um eine Geldanlage in Form einer Namensschuldverschreibung in Höhe von 4.000 T €, die zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet wurde.

Die beizulegenden Zeitwerte der kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte entsprachen aufgrund der Kurzfristigkeit und der Verzinsung nahe dem Marktzins in etwa dem Buchwert.

(17) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

T €	31.12.2014	31.12.2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	47.662	44.745
Wechselforderungen aus Lieferungen und Leistungen	982	1.318
	48.644	46.063

Zum 31. Dezember 2015 waren 36.296 T € über Warenkreditversicherungen abgesichert (2014: 35.098 T €). Der Selbstbehalt beträgt in der Regel 10 Prozent.

Entwicklung des Wertberichtigungskontos der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen:

T €	2014	2015
Stand 1.1.	2.330	2.582
Währungsdifferenzen	74	1
Aufwandswirksame Zuführungen	597	112
Verbrauch	175	1.403
Auflösung	244	287
Stand 31.12.	2.582	1.005

Laufzeitbetrachtung der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum 31. Dezember:

T €	2014	2015
Weder überfällig noch wertgemindert	47.151	45.238
Überfällig, aber nicht wertgemindert		
1 bis 30 Tage	988	1.113
31 bis 60 Tage	224	14
61 bis 90 Tage	54	-110
91 bis 120 Tage	-45	16
Über 120 Tage	-402	-540
Gesamt überfällig, aber nicht wertgemindert	819	493
Einzelwertberichtigte Forderungen (brutto)	3.256	1.337
Wertberichtigung	-2.582	-1.005
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	48.644	46.063

Die weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch Wechselforderungen aus Lieferungen und Leistungen. Sofern eine Warenkreditversicherung besteht, werden überfällige Forderungen nur in Höhe des Selbstbehalts wertberichtigt.

Zum Ausfallrisiko von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird auf Ziffer 34 verwiesen (Ausfallrisiko).

(18) Vorräte

T €	31.12.2014	31.12.2015
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	4.747	5.578
Unfertige Erzeugnisse	1.530	1.513
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	29.159	35.894
	35.436	42.985

T €	31.12.2014	31.12.2015
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	105	150
Nicht wertberichtigte Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	4.642	5.428
Summe Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	4.747	5.578
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete unfertige Erzeugnisse	5	4
Nicht wertberichtigte unfertige Erzeugnisse	1.525	1.509
Summe unfertige Erzeugnisse	1.530	1.513
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete fertige Erzeugnisse und Handelswaren	2.316	2.241
Nicht wertberichtigte fertige Erzeugnisse und Handelswaren	26.843	33.653
Summe fertige Erzeugnisse und Handelswaren	29.159	35.894

Ein Teil der Vorräte, für die aufgrund der Fälligkeit noch keine Zahlungen geleistet wurden, steht unter dem Eigentumsvorbehalt der Lieferanten.

(19) Derivative Finanzinstrumente

Bei den derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich um zum beizulegenden Zeitwert bewertete Devisentermingeschäfte und Devisen-swapgeschäfte für Käufe beziehungsweise Verkäufe von US Dollar und HK Dollar für die Geschäftsjahre 2016, 2017 und 2018.

Folgende Verpflichtungen aus Devisengeschäften wurden zum 31. Dezember 2015 bilanziert:

	Wert der Verpflichtung	Fremd-währung	Nominal-wert
Kauf USD/€	104,6 Mio €	127,4 Mio USD	114,0 Mio €
davon Hedge Accounting	78,2 Mio €	96,5 Mio USD	86,2 Mio €
Verkauf USD/€	1,2 Mio €	1,6 Mio USD	1,2 Mio €
Kauf HKD/€	17,9 Mio €	166,6 Mio HKD	18,8 Mio €
davon Hedge Accounting	6,7 Mio €	60,0 Mio HKD	6,9 Mio €

Im Vorjahr bestanden folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisen-geschäften:

	Wert der Verpflichtung	Fremd-währung	Nominal-wert
Kauf USD/€	105,5 Mio €	136,1 Mio USD	110,4 Mio €
davon Hedge Accounting	70,7 Mio €	91,1 Mio USD	73,8 Mio €
Verkauf USD/€	17,0 Mio €	21,6 Mio USD	17,6 Mio €
Kauf HKD/€	11,2 Mio €	110,7 Mio HKD	11,6 Mio €

Es bestanden mit verschiedenen Banken Nettingvereinbarungen bezogen auf derivative Finanzinstrumente. Diese griffen jedoch nur unter bestimmten Voraussetzungen, sodass eine Saldierung in der Bilanz nicht zulässig war. Zum Stichtag war somit nur theoretisch ein Netting in Höhe von 14 T € (2014: 672 T €) bezogen auf die bilanzierten Marktwerte möglich.

Die Anpassungen für die Kreditrisiken der Gegenparteien (Credit Value Adjustment) in Höhe von 75 T € und die Anpassungen für das eigene Kreditrisiko (Debt Value Adjustment) in Höhe von 0 T € sind berücksichtigt.

Die Devisengeschäfte hatten zum 31. Dezember 2015 eine Laufzeit von:

	kleiner 1 Jahr	1 bis 3 Jahren
Kauf USD/€	48,6 Mio USD	78,8 Mio USD
Verkauf USD/€	1,6 Mio USD	–
Kauf HKD/€	87,1 Mio HKD	79,5 Mio HKD

Die Devisengeschäfte hatten zum 31. Dezember 2014 eine Laufzeit von:

	kleiner 1 Jahr	1 bis 3 Jahren
Kauf USD/€	59,5 Mio USD	76,6 Mio USD
Verkauf USD/€	20,0 Mio USD	1,6 Mio USD
Kauf HKD/€	35,1 Mio HKD	75,6 Mio HKD

Im sonstigen Ergebnis wurden insgesamt Wertänderungen für Währungsumrechnungen aus derivativen Vermögenswerten und Schulden in Höhe von 5.147 T € (2014: 3.366 T €) erfolgsneutral erfasst.

(20) Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

T €	31.12.2014	31.12.2015
Forderungen aus Umsatzsteuer	2.291	3.075
Lieferantenboni	332	498
Kurzfristige aktive Rechnungsabgrenzung	505	329
Andere kurzfristige Vermögenswerte (kleiner als 100 T €)	451	539
	3.579	4.441

(21) Sachanlagevermögen

T €	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Summe
Anschaffungs- und Herstellungskosten					
Stand 1.1.2014	53.651	37.891	41.990	979	134.511
Währungsdifferenzen	-148	-165	-9	-6	-328
Zugänge	200	338	2.089	2.517	5.144
Abgänge	82	687	873	58	1.700
Umbuchungen	238	1.655	136	-2.029	-
Stand 31.12.2014	53.859	39.032	43.333	1.403	137.627
Währungsdifferenzen	315	386	38	27	766
Zugänge	223	222	1.822	3.874	6.141
Abgänge	883	1.039	3.304	9	5.235
Umbuchungen	47	1.624	138	-1.809	-
Stand 31.12.2015	53.561	40.225	42.027	3.486	139.299
Aufgelaufene Abschreibungen					
Stand 1.1.2014	31.089	33.120	34.824	57	99.090
Währungsdifferenzen	-66	-134	2	-	-198
Zuführungen	1.404	1.840	2.085	-	5.329
Abgänge	78	668	798	57	1.601
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2014	32.349	34.158	36.113	-	102.620
Währungsdifferenzen	151	316	13	-	480
Zuführungen	1.388	1.520	2.049	-	4.957
Abgänge	692	985	3.167	-	4.844
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2015	33.196	35.009	35.008	-	103.213
Nettobuchwerte					
Stand 1.1.2014	22.562	4.771	7.166	922	35.421
Stand 31.12.2014	21.510	4.874	7.220	1.403	35.007
Stand 31.12.2015	20.365	5.216	7.019	3.486	36.086

Die Zuführungen zu den Abschreibungen des Sachanlagevermögens beinhalteten außerplanmäßige Abschreibungen für nicht mehr genutzte Werkzeuge sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen in Höhe von 0 T € (2014: 115 T €).

Vom Sachanlagevermögen zum Bilanzstichtag in Höhe von 36.086 T € (2014: 35.007 T €) befanden sich in Deutschland 16.600 T € (2014: 16.784 T €), in der Tschechischen Republik 13.627 T € (2014: 11.626 T €), in Frankreich 5.255 T € (2014: 5.359 T €) und in sonstigen Ländern 604 T € (2014: 1.238 T €).

(22) Immaterielle Vermögenswerte

T €	Markenrechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Anschaffungs- und Herstellungskosten					
Stand 1.1.2014	7.224	11.821	17.853	156	37.054
Währungsdifferenzen	-	-	-7	-	-7
Zugänge	-	-	198	808	1.006
Abgänge	-	-	35	-	35
Umbuchungen	-	-	160	-160	-
Stand 31.12.2014	7.224	11.821	18.169	804	38.018
Währungsdifferenzen	-	-	14	6	20
Zugänge	-	-	787	200	987
Abgänge	-	-	32	-	32
Umbuchungen	-	-	811	-811	-
Stand 31.12.2015	7.224	11.821	19.749	199	38.993
Aufgelaufene Abschreibungen					
Stand 1.1.2014	2.420	-	16.176	-	18.596
Währungsdifferenzen	-	-	-3	-	-3
Zuführungen	-	-	925	-	925
Abgänge	-	-	35	-	35
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2014	2.420	-	17.063	-	19.483
Währungsdifferenzen	-	-	4	-	4
Zuführungen	-	-	800	-	800
Abgänge	-	-	32	-	32
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2015	2.420	-	17.835	-	20.255
Nettobuchwerte					
Stand 1.1.2014	4.804	11.821	1.677	156	18.458
Stand 31.12.2014	4.804	11.821	1.106	804	18.535
Stand 31.12.2015	4.804	11.821	1.914	199	18.738

Die Zuführungen zu den Abschreibungen der immateriellen Vermögenswerte beinhalteten außerplanmäßige Abschreibungen auf Software in Höhe von 34 T € (2014: 77 T €).

Von den immateriellen Vermögenswerten zum Bilanzstichtag in Höhe von 18.738 T € (2014: 18.535 T €) befanden sich in Deutschland 7.719 T € (2014: 7.434 T €), in der Tschechischen Republik 1.104 T € (2014: 1.145 T €), in Frankreich 9.902 T € (2014: 9.946 T €) und in sonstigen Ländern 13 T € (2014: 10 T €).

Die verbleibende Abschreibungsdauer wesentlicher sonstiger immaterieller Vermögenswerte beträgt:

- Lagermanagementsystem der Leifheit Aktiengesellschaft 5 Jahre
- Kundenstamm der Leifheit CZ a.s. 5 Jahre

Werthaltigkeitstest der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen

Die immateriellen Vermögenswerte einschließlich der im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Markenrechte und das Sachanlagevermögen werden gemäß IAS 36.11 einem jährlichen Werthaltigkeitstest unterzogen. Anhaltspunkte für eine Wertminderung dieser Vermögenswerte, die eine außerordentliche Überprüfung der Werthaltigkeit zur Folge hätten (IAS 36.12), lagen nicht vor. Die entsprechenden Vermögenswerte wurden folgenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordnet:

- „Leifheit/Soehnle“
- „Birambeau“
- „Herby“

Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten sind direkt aus der internen Managementberichterstattung abgeleitet. Die Marke Soehnle ist im Bereich „Leifheit/Soehnle“ aktiviert und wurde im Rahmen der Akquisition der Soehnle-Gruppe im Jahr 2001 erworben. Das Geschäftsfeld „Druckdampfbügeln“ ist ebenfalls im Bereich „Leifheit/Soehnle“ enthalten und wurde zum 31. Dezember 2008 erworben. Ebenso ist der Geschäfts- und Firmenwert der Leifheit CZ a.s. im Bereich „Leifheit/Soehnle“ enthalten. Die Geschäfts- oder Firmenwerte für Birambeau und Herby sind in den jeweiligen Bereichen enthalten.

Zur Ermittlung des erzielbaren Betrags der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit wird der Nutzungswert (Value in Use) unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt. Hierbei werden Annahmen über die künftigen Umsatz- und Kostenentwicklungen auf Basis des Budgets 2016, das für die nächsten zwei Jahre im Rahmen einer Mittelfristplanung fortgeschrieben wurde, getroffen und mit externen Informationen abgeglichen. Für die zahlungsmittelgenerierende Einheit „Leifheit/Soehnle“ wurden jährliche Umsatzsteigerungen von zirka 3 Prozent unterstellt. Für die Jahre 2016 und 2017 wurde mit steigenden Ergebnissen entsprechend den Umsatzerlösen gerechnet. Ab 2018 wurden rückläufige Ergebnisse aufgrund der geplanten Währungskurse unterstellt. Bei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit „Birambeau“ wurden Umsatzsteigerungen zwischen 0 und 3 Prozent unterstellt. Die Ergebnisse wurden aufgrund der unterstellten Währungskurse leicht rückläufig geplant. Bei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit „Herby“ wurden Umsatzsteigerungen zwischen 3 und 11 Prozent bei entsprechenden Ergebnissteigerungen unterstellt.

Die für die Cashflow-Prognosen verwendeten Abzinsungssätze für die Ermittlung des Nutzungswerts basieren auf den durchschnittlichen Kapitalkosten zum Zeitpunkt der Durchführung der Werthaltigkeitstests in Höhe von 5,59 Prozent nach Steuern (2014: 5,98 Prozent), wobei ein risikofreier Zinssatz von 1,5 Prozent (2014: 2,0 Prozent), eine Marktrisikoprämie von 6,5 Prozent (2014: 6,0 Prozent) und ein Beta-Faktor von 0,65 (2014: 0,69) sowie Fremdkapitalkosten von 1,6 Prozent (2014: 1,5 Prozent) zugrunde gelegt wurden. Es wurde eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent (2014: 1,0 Prozent) unterstellt.

Zum 30. September 2015 hatten die entsprechend ermittelten erzielbaren Beträge die jeweiligen Buchwerte überschritten. Die Werthaltigkeitstests ergaben keinen Wertminderungsbedarf. Auch bei Anwendung folgender einzelner Sensitivitäten ergab sich kein Wertberichtigungsbedarf in den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten „Leifheit/Soehnle“, „Birambeau“ und „Herby“:

- Cashflow-Prognose auf Basis des aktuellen Ergebnisniveaus bei konstantem Kosten- und Umsatzverlauf
- Cashflow-Prognose auf Basis des fortgeschriebenen Budgets 2016 unter Berücksichtigung eines Abschlags von 20 Prozent
- Anstieg des Abzinsungssatzes um 2,0 Prozentpunkte
- Cashflow-Prognose auf Basis von jährlich zwischen 0 und 3 Prozent sinkenden Umsatzerlösen bei entsprechend sinkenden Ergebnissen

Auch die Kombinationen der jeweils zwei wesentlichsten Parameteränderungen ergab keinen Wertminderungsbedarf.

Die Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte und der Markenrechte betragen zum Bilanzstichtag:

T €	Geschäfts- oder Firmenwert		Markenrechte	
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015
Birambeau	3.299	3.299	–	–
Herby	6.441	6.441	–	–
Leifheit/Soehnle	872	872	–	–
Druckdampfbügeln	1.209	1.209	–	–
Marke Soehnle	–	–	4.804	4.804
	11.821	11.821	4.804	4.804

(23) Forderungen aus Ertragsteuern

Die langfristigen Forderungen aus Ertragsteuern betrafen den langfristigen Teil eines Körperschaftsteuerguthabens der Leifheit Aktiengesellschaft in Höhe von 762 T € (2014: 1.520 T €).

(24) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten

T €	31.12.2014	31.12.2015
Lieferungen und Leistungen	15.061	20.148
Mitarbeiter	12.194	10.599
Kundenboni	7.449	7.539
Werbekostenzuschüsse	4.772	3.634
Kreditorische Debitoren	1.167	1.666
Sonstige Steuern (ohne Ertragsteuern)	1.688	1.595
Ausstehende Rechnungen	1.453	1.465
Sozialversicherungen	739	941
Kundenskonti	420	521
Jahresabschlusskosten	415	460
Vertreterabfindungen	115	298
Lizenzen	333	265
Provisionsverpflichtungen	275	234
Abnahmeverpflichtungen	270	210
Steuerberatung	191	181
Energiekosten	147	128
Versicherungsprämien	53	114
Sonstige Verbindlichkeiten (kleiner als 100 T €)	1.078	818
	47.820	50.816

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten hatten eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern betrafen insbesondere Dezemberlöhne, die im Januar ausgezahlt wurden, Resturlaubs- und Überstundenansprüche sowie Abfindungen und Tantiemen.

(25) Rückstellungen

Garantierückstellungen werden gebildet für künftige Nacharbeiten, Ersatzlieferungen und Schadenersatzleistungen aufgrund gesetzlicher oder vertraglicher Gewährleistungen.

Die Rückstellungen im Personalbereich werden gebildet für Jubiläumszuwendungen und Verpflichtungen aus Altersteilzeitarbeitsverhältnissen sowie aus gesetzlichen Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern in Österreich.

Rückstellungen für belastende Verträge enthielten insbesondere Abnahmeverpflichtungen.

Die sonstigen Rückstellungen enthielten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Schadenersatz sowie Prozess- und Anwaltskosten. Die Erhöhung des während der Berichtsperiode aufgrund des Zeitablaufs abgezinsten Betrags der langfristigen Rückstellungen betrug 8 T € (2014: 152 T €).

Die Rückstellungen für Garantieleistungen, Schadenersatzleistungen und Prozesskosten von 5.407 T € enthielten Unsicherheiten hinsichtlich des Betrags und/oder der Fälligkeit der Abflüsse (2014: 5.153 T €). Die Unsicherheit bei den Garantierückstellungen ergibt sich aus der möglichen zukünftigen Veränderung im Garantieaufkommen. Die Unsicherheit bei den Rückstellungen für Schadenersatzleistungen und Prozesskosten ist durch den offenen Ausgang von schwebenden Verfahren begründet.

Die Aufteilung sowie die Entwicklung sind in den folgenden Tabellen dargestellt:

T €	31.12.2015		
	Gesamt	davon kurzfristig	davon langfristig
Garantieleistungen	4.702	3.970	732
Prozesskosten und Schadenersatzleistungen	705	705	–
Personalbereich	1.395	125	1.270
Belastende Verträge	118	45	–
Sonstige Rückstellungen	1.695	1.695	73
Bilanzansatz	8.615	6.540	2.075

T €	31.12.2014		
	Gesamt	davon kurzfristig	davon langfristig
Garantieleistungen	4.796	4.064	732
Prozesskosten und Schadenersatzleistungen	157	157	–
Personalbereich	1.478	197	1.281
Belastende Verträge	147	147	–
Sonstige Rückstellungen	1.447	1.394	53
Bilanzansatz	8.025	5.959	2.066

T €	Kurzfristige Rückstellungen			
	Garantieleistungen	Personalbereich	Belastende Verträge	Sonstige kurzfristige Rückstellungen
Stand 1.1.2015	4.064	197	147	1.551
Währungsdifferenzen	1	–	–	3
Umbuchung	–	–	–	–
Inanspruchnahme	4.025	156	147	768
Auflösung	–	–	–	387
Zuführung	3.930	84	45	2.001
Stand 31.12.2015	3.970	125	45	2.400

T €	Langfristige Rückstellungen			
	Garantieleistungen	Personalbereich	Belastende Verträge	Sonstige langfristige Rückstellungen
Stand 1.1.2015	732	1.281	–	53
Währungsdifferenzen	–	–	–	–
Umbuchung	–	–	–	–
Inanspruchnahme	–	37	–	–
Auflösung	–	–	–	–
Zuführung	–	26	–	20
Stand 31.12.2015	732	1.270	–	73

(26) Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer

Die Pensionsverpflichtungen im Leifheit-Konzern umfassen leistungs- und beitragsorientierte Versorgungszusagen und enthielten sowohl Verpflichtungen aus laufenden Pensionen als auch Anwartschaften auf zukünftig zu zahlende Pensionen.

Die Zusagen beinhalteten Alters-, Invaliditäts- und Hinterbliebenenleistungen. Die leistungsorientierten Verpflichtungen basieren auf Versorgungsregelungen mit dienstzeitabhängigen, endgehaltsbezogenen Leistungszusagen. Weiterhin besteht eine Versorgungsregelung in Form von rückgedeckter Direktzusagen für Führungskräfte im Rahmen von Entgeltumwandlungen. Der Leistungsanspruch ergibt sich jeweils aus einem Versicherungsvertrag bei einem zum Inkrafttreten der Versorgungszusage eingezahlten Einmalbetrag.

Die Pensionsverpflichtungen in Frankreich entsprechen den landesspezifischen gesetzlichen Regelungen.

Das Planvermögen besteht ausschließlich aus Rückdeckungsversicherungen.

Die Pensionsverpflichtungen unterliegen Risiken aus der Veränderung von Inflationsraten, Zinsen und der Lebenserwartung der Pensionsberechtigten. Das Planvermögen besteht aus Rückdeckungsversicherungen, die Zinsrisiken unterliegen.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Veränderungen der Pensionsverpflichtungen in den jeweiligen Berichtsperioden dar:

T €	31.12.2014	31.12.2015
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO)	68.990	66.604
Zeitwert des Planvermögens	–932	–994
Bilanzierte Nettoschuld aus Pensionsverpflichtungen in Deutschland	68.058	65.610
Pensionsverpflichtungen in Frankreich	961	838
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	69.019	66.448

Der erfolgswirksam erfasste Aufwand für Altersversorgungsleistungen für Deutschland setzt sich wie folgt zusammen:

T €	2014	2015
Laufender Dienstzeitaufwand	522	652
Zinsaufwand auf die Verpflichtung	1.912	1.445
Erwartete Erträge aus Planvermögen	-4	-6
Betrag, um den Erträge die kalkulierten Erträge über-/unterschreiten	-2	2
Gesamtaufwand für Versorgungsleistungen	2.428	2.093

Die im sonstigen Ergebnis ergebnisneutral erfassten Aufwendungen und Erträge für Deutschland betragen:

T €	2014	2015
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund erfahrungsbedingter Anpassung der Verpflichtung	-272	-826
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund Änderung versicherungsmathematischer Annahmen	12.494	-1.540
Betrag, um den die tatsächlichen Erträge des Planvermögens im laufenden Geschäftsjahr die mit dem Rechnungszins kalkulierten Erträge unterschreiten	2	-2
Im sonstigen Ergebnis erfasste Anpassungseffekte	12.224	-2.368

Die Bewegungen der in der Bilanz erfassten Nettoschuld aus Pensionsverpflichtungen für Deutschland waren wie folgt:

T €	2014	2015
Bilanzierte Nettoschuld zum Jahresbeginn	55.526	68.058
Im Periodenergebnis erfasster Nettoaufwand	2.428	2.093
Im sonstigen Ergebnis erfasster Nettoaufwand	12.224	-2.368
Auszahlungen an Berechtigte	-2.120	-2.173
Bilanzierte Nettoschuld zum Jahresende	68.058	65.610

Zusätzlich wurden Beiträge an staatliche Rentenversicherungsträger in Höhe von 2.570 T € (2014: 2.526 T €) geleistet.

Der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO) für Deutschland entwickelte sich wie folgt:

T €	2014	2015
DBO zum Jahresbeginn	56.409	68.990
Laufender Dienstzeitaufwand	522	652
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	-	-
Zinsaufwand	1.912	1.445
Leistungszahlungen	-2.120	-2.173
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-272	-826
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aufgrund Änderung versicherungsmathematischer Annahmen	12.494	-1.540
Betrag, um den die tatsächlichen Erträge des Planvermögens im laufenden Geschäftsjahr die mit dem Rechnungszins kalkulierten Erträge unterschreiten	2	-2
Sonstiges	43	58
DBO zum Jahresende	68.990	66.604

Der beizulegende Zeitwert des Planvermögens für Deutschland entwickelte sich innerhalb des Geschäftsjahres wie folgt:

T €	2014	2015
Zeitwert des Planvermögens zum Jahresbeginn	883	932
Erwarteter Ertrag des Planvermögens	4	6
Betrag, um den Erträge die kalkulierten Erträge über-/unterschreiten	2	-2
Sonstiges	43	58
Zeitwert des Planvermögens zum Jahresende	932	994

Gegenstand des Planvermögens sind Rückdeckungsversicherungen deutscher Versicherungsunternehmen.

Die grundlegenden versicherungsmathematischen Annahmen, die für die Ermittlung der Verpflichtungen aus Altersversorgungsplänen deutscher Gesellschaften herangezogen wurden, stellten sich zum 31. Dezember wie folgt dar:

T €	31.12.2014	31.12.2015
Rechnungszins	2,2 %	2,3 %
Künftiger Einkommenstrend	2,5 %	2,5 %
Künftiger Rententrend	2,0 %	2,0 %
Sterblichkeit Richttafeln Prof. Dr. K. Heubeck	2005 G	2005 G
Rechnungsmäßiges Endalter	RVAG AnpG 2007	RVAG AnpG 2007

Folgende Beträge werden voraussichtlich in den nächsten Jahren in Deutschland im Rahmen der Verpflichtung ausgezahlt:

T €	2014	2015
Innerhalb der nächsten 12 Monate (folgendes Geschäftsjahr)	2.217	2.289
Innerhalb von 2 bis 5 Jahren	10.131	10.334
Innerhalb von 6 bis 10 Jahren	14.389	14.506

Nachfolgend wird eine quantitative Sensitivitätsanalyse der wichtigsten Annahmen zum 31. Dezember 2015 dargestellt:

T €	Ausgangswert	Sensitivität	Auswirkungen auf die DBO
Rechnungszins	2,3 %	-0,25 PP	2.598
Rechnungszins	2,3 %	+0,25 PP	-2.447
Inflationsrate/Rententrend	2,0 %	-0,5 PP	-4.033
Inflationsrate/Rententrend	2,0 %	+0,5 PP	4.429
Gehaltstrend	2,5 %	-0,5 PP	-800
Gehaltstrend	2,5 %	+0,5 PP	841
Lebenserwartung		+1 Jahr	3.272

Die zahlungsgewichtete Duration des Verpflichtungsumfangs des leistungsorientierten Versorgungswerks betrug 15,9 Jahre (2014: 16,0 Jahre).

(27) Gezeichnetes Kapital

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

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

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

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

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

(28) Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage in Höhe von 16.984 T € (2014: 16.956 T €) setzt sich zusammen aus dem Agio aus der Kapitalerhöhung vom Herbst 1989 in Höhe von 16.934 T € sowie aus der Ausgabe von Belegschaftsaktien der Jahre 2014 und 2015 in Höhe von 50 T €.

(29) Eigene Anteile

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

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

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

Im Berichtszeitraum wurden wie im Vorjahr keine eigenen Anteile erworben. Leifheit verwendete 1.605 eigene Anteile (2014: 1.853 eigene Anteile) in Form der Ausgabe von Mitarbeiteraktien. Dies entsprach 0,03 Prozent des Grundkapitals (2014: 0,04 Prozent). Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 5 T € (2014: 6 T €).

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

(30) Gewinnrücklagen

Die Gewinnrücklagen umfassen die gesetzliche Rücklage in Höhe von 1.023 T € (2014: 1.023 T €), andere Gewinnrücklagen in Höhe von 75.180 T € (2014: 69.619 T €) sowie das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Periodenergebnis in Höhe von 14.333 T € (2014: 14.113 T €). Die anderen Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Konzernergebnisse, soweit diese nicht ausgeschüttet wurden. Im Berichtsjahr wurde die Dividende für das Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 1,80 € je Aktie – insgesamt 8.552 T € (2014: 7.837 T €) – ausgeschüttet.

(31) Sonstige Rücklagen

T €	2014	2015
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste aus leistungsorientierten Pensionsplänen	-25.461	-22.928
Latente Steuer	7.307	6.665
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	570	869
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	1.549	1.851
Latente Steuer	-444	-539
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	2.993	8.140
Latente Steuer	-859	-2.383
	-14.345	-8.325

Hinsichtlich der Absicherung von Cashflows wurden in der Berichtsperiode aus den sonstigen Rücklagen 3.329 T € (2014: -123 T €) vor latenten Steuern ins Periodenergebnis umgegliedert.

(32) Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns

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

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

(33) Kapitalmanagement

Vorrangiges Ziel des Kapitalmanagements ist eine Eigenkapitalquote von mindestens 30 Prozent. Leifheit steuert seine Kapitalstruktur und nimmt Anpassungen unter Berücksichtigung des Wandels der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor. Zur Aufrechterhaltung oder Anpassung der Kapitalstruktur können Anpassungen der Dividendenzahlungen an die Anteilseigner erfolgen.

(34) Finanzinstrumente

Die wesentlichen finanziellen Schulden im Konzern – mit Ausnahme derivativer Finanzinstrumente – umfassen Schulden aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Verbindlichkeiten sowie kurzfristige und langfristige Schulden. Der Konzern verfügt über verschiedene finanzielle Vermögenswerte, im Wesentlichen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sonstige Forderungen sowie Zahlungsmittel und kurzfristige Einlagen.

Die sich aus den Finanzinstrumenten ergebenden wesentlichen Risiken des Konzerns umfassen Ausfall-, Liquiditäts- und Währungsrisiken. Die Unternehmensleitung beschließt Strategien und Verfahren zur Steuerung der einzelnen Risikoarten, die im Folgenden dargestellt werden.

– Währungsrisiko

Der Konzern unterliegt Währungsrisiken aus Käufen und Verkäufen in einer anderen Währung als der funktionalen Währung der betreffenden operativen Einheit des Konzerns.

Rund 11 Prozent (2014: 11 Prozent) des Konzernumsatzes wurden in Fremdwährungen erwirtschaftet, 23 Prozent (2014: 19 Prozent) der Kosten fielen in Fremdwährungen an.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Sensitivität des Konzernergebnisses vor Steuern und des Konzerneigenkapitals hinsichtlich der Fremdwährungsbewertung am Bilanzstichtag gegenüber einer nach vernünftigem Ermessen grundsätzlich möglichen Wechselkursänderung der wesentlichen Fremdwährungen – des US Dollars, des HK Dollars, der Tschechischen Krone und des Polnischen Zloty. Alle anderen Variablen bleiben jeweils konstant.

Die Auswirkungen auf das Ergebnis vor Ertragsteuern und das Konzerneigenkapital zeigen sich wie folgt:

T €	Kursentwicklung	Auswirkungen zum 31.12.2014	Auswirkungen zum 31.12.2015
US Dollar	+5%	-962	-1.364
	-5%	1.063	1.508
	+10%	-1.837	-2.605
	-10%	2.244	3.183
Tschechische Krone	+5%	-354	99
	-5%	392	-109
	+10%	-676	189
	-10%	827	-231
HK Dollar	+5%	-581	-558
	-5%	642	616
	+10%	-1.109	-1.065
	-10%	1.355	1.301
Polnische Zloty	+5%	-17	-73
	-5%	19	81
	+10%	-33	-139
	-10%	40	170

Zusätzlich zu den in der vorstehenden Tabelle aufgeführten Auswirkungen ergäben sich erfolgsneutrale Auswirkungen auf das Eigenkapital durch potenzielle Änderungen wie folgt:

T €	Kursentwicklung	Auswirkungen zum 31.12.2014	Auswirkungen zum 31.12.2015
US Dollar	+5%	-3.513	-4.180
	-5%	3.883	4.620
	+10%	-6.707	-7.979
	-10%	8.198	9.752
Tschechische Krone	+5%	551	411
	-5%	-609	-738
	+10%	1.052	908
	-10%	-1.286	-1.408
HK Dollar	+5%	-	-330
	-5%	-	364
	+10%	-	-629
	-10%	-	769
Polnische Zloty	+5%	-1	-2
	-5%	1	2
	+10%	-2	-3
	-10%	2	4

– Absicherung von Cashflows

Der Konzern verfügt über derivative Finanzinstrumente. Hierzu gehören vor allem Devisenterminkontrakte wie unter Ziffer 19 näher beschrieben. Zweck dieser derivativen Finanzinstrumente ist die Absicherung gegen Währungsrisiken, die aus der Geschäftstätigkeit des Konzerns resultieren.

Zum 31. Dezember 2015 bestanden Devisenterminkontrakte für künftige Zahlungsverpflichtungen in US Dollar und HK Dollar, die einer höchstwahrscheinlich eintretenden künftigen Transaktion zugeordnet werden können. Dabei handelte es sich um erwartete und mit hoher Wahrscheinlichkeit eintretende künftige Warenkäufe in den Monaten Januar 2016 bis Dezember 2018 bei Lieferanten in Fernost in Höhe von 96.500 T USD sowie von 60.000 T HKD.

Von den abgeschlossenen Sicherungsgeschäften im Hedge Account entfallen auf

T €	2016	2017	2018
Kauf US Dollar	32.500	32.000	32.000
Kauf HK Dollar	–	30.000	30.000

– Liquiditätsrisiko

Der Konzern überwacht laufend das Risiko eines etwaigen kurzfristigen Liquiditätsengpasses mittels eines Liquiditätsplanungsinstrumentes. Dieses berücksichtigt die Laufzeiten der finanziellen Vermögenswerte (z. B. Forderungen, andere finanzielle Vermögenswerte) bzw. die Fälligkeiten der finanziellen Verbindlichkeiten sowie erwartete Cashflows aus der Geschäftstätigkeit.

Das Ziel des Konzerns ist es, ein Gleichgewicht zwischen der kontinuierlichen Deckung des Finanzmittelbedarfs und der Sicherstellung der Flexibilität durch die Nutzung von Geldanlagen und Kontokorrentkrediten zu wahren.

– Zinsrisiko

Das Zinsrisiko des Leifheit-Konzerns besteht im Wesentlichen aus Veränderungen der kurzfristigen Geldmarktzinsen. Es existieren keine langfristigen verzinslichen Bankdarlehen oder ähnliche finanzielle verzinsliche Verbindlichkeiten. Entsprechend wurde auf die Ermittlung und Darstellung einer Zinssensitivität verzichtet.

– Ausfallrisiko

Der Konzern schließt Geschäfte grundsätzlich nur mit kreditwürdigen Dritten ab. Alle wesentlichen Kunden, die mit Leifheit Geschäfte abschließen möchten, werden einer Bonitätsprüfung unterzogen. Forderungsbestände werden laufend überwacht.

Ein Teil der Forderungen ist durch Kreditversicherungen abgedeckt (vgl. Anhang Ziffer 17). In Höhe des nicht versicherten Teils der Forderung besteht dennoch das Risiko des Ausfalls.

Bei den sonstigen finanziellen Vermögenswerten, wie Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, entspricht das maximale Kreditrisiko bei Ausfall des Kontrahenten dem Buchwert dieser Instrumente.

– Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Die Buchwerte der derivativen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen ihrem beizulegenden Zeitwert. Im Übrigen entsprechen die Buchwerte jeweils den fortgeführten Anschaffungskosten.

In der Bilanz zum 31. Dezember 2015 wurden derivative finanzielle Vermögenswerte in Höhe von 10.412 T € (2014: 5.272 T €) sowie derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von 14 T € (2014: 672 T €) mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet.

Sämtliche Finanzinstrumente werden zum beizulegenden Zeitwert erfasst. Der beizulegende Zeitwert wird auf Basis einer Barwertbetrachtung unter Berücksichtigung der aktuellen Devisenkurse sowie der zugrunde liegenden Zinskurven der jeweiligen Währung und damit auf Basis von am Markt beobachteten Inputparametern (Stufe 2, vgl. Seite 72) ermittelt. Im Berichtszeitraum erfolgten keine Umgliederungen zwischen den Stufen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 20.148 T € (2014: 15.061 T €) und die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von 17.532 T € (2014: 18.139 T €) sind innerhalb eines Jahres fällig. Die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten (als Sicherungsgeschäft designiert) von 11 T € sind innerhalb eines Jahres fällig (2014: 11 T €). Von den derivativen finanziellen Verbindlichkeiten (nicht als Sicherungsgeschäft designiert) sind 0 T € (2014: 661 T €) innerhalb eines Jahres und 3 T € (2014: 0 T €) zwischen einem und zwei Jahren fällig.

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte der wesentlichen im Konzernabschluss erfassten Finanzinstrumente:

T €	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		31.12.2014	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2015
Finanzielle Vermögenswerte					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	a)	58.808	64.200	58.808	64.200
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	a)	48.644	46.063	48.644	46.063
Derivative finanzielle Vermögenswerte (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	2.153	2.182	2.153	2.182
Derivative finanzielle Vermögenswerte (als Sicherungsgeschäft designiert)	c)	3.119	8.230	3.119	8.230
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	a)	4.783	5.037	4.783	5.037
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	b)	15.061	20.148	15.061	20.148
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (nicht als Sicherungsgeschäft designiert)	d)	661	3	661	3
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten (als Sicherungsgeschäft designiert)	c)	11	11	11	11
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	b)	18.139	17.532	18.139	17.532

a) Kredite und Forderungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind.

b) Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten.

c) Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten.

d) Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten.

Bei kurzfristigen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten stellt der Buchwert annahmegemäß immer eine verlässliche Annäherung an den beizulegenden Zeitwert dar (IFRS 7.29 a).

Am Bilanzstichtag standen kurzfristige Kontokorrentkreditlinien in Höhe von 11.500 T € (2014: 11.500 T €) zur Verfügung. Davon wurden zum Bilanzstichtag 480 T € (2014: 490 T €) durch Avale genutzt. Die nicht ausgenutzten Kontokorrentkreditlinien betragen somit 11.020 T € (2014: 11.010 T €).

Das Nettoergebnis der Finanzinstrumente für die Bewertungskategorie betrug:

T €	2014	Aus Folgebewertung				2015
		Zinsen	Währungsum- rechnung	Wertbe- richtigung	Fair Value Änderung	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.462	29	189	-	-	218
Strukturierte Geldmarktinstrumente	19	-	-	-	-	-
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-120	-	315	175	-	490
Derivative finanzielle Vermögenswerte*	3.897	-	5.067	-	-8	5.059
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	68	19	-	-	-	19
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-451	-	-988	-	-	-988
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten*	121	-	-2.400	-	658	-1.742
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	-	-3	-	-	-	-3

* Das als Währungsumrechnung dargestellte Nettoergebnis der derivativen finanziellen Vermögenswerte und Schulden resultiert aus realisierten Währungskursgewinnen und -verlusten sowie aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert.

(35) Haftungsverhältnisse

Wie im Vorjahr wurden keine Haftungsverpflichtungen von den Konzerngesellschaften eingegangen.

(36) Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestanden Miet- und Leasingverträge für Geschäftsräume, EDV- und Telefonanlagen, Fahrzeuge und Ähnliches sowie Lizenzverträge in Höhe von 2.159 T € (2014: 2.319 T €). Die zukünftigen Mindestzahlungen aufgrund von unkündbaren Leasing- oder Mietverträgen betragen bei Laufzeiten bis zu einem Jahr 1.993 T € (2014: 1.821 T €) und zwischen einem und fünf Jahren 166 T € (2014: 498 T €). Mit Laufzeiten von über fünf Jahren bestanden wie im Vorjahr keine entsprechenden Zahlungsverpflichtungen. Bei den Miet- und Leasingverträgen handelt es sich um Operating-Leasingverhältnisse im Sinne von IAS 17.

Zum 31. Dezember 2015 bestanden Abnahmeverpflichtungen für Rohstoffe im Wert von 2.946 T € (2014: 1.425 T €).

Es bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Anlagevermögens in Höhe von 1.235 T € (2014: 1.710 T €), insbesondere für Werkzeuge. Darüber hinaus bestanden Verpflichtungen aus Verträgen für Marketingmaßnahmen in Höhe von 867 T € (2014: 976 T €) sowie aus sonstigen Verträgen in Höhe von 860 T € (2014: 938 T €).

(37) Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6a HGB bzw. IFRS 2

Die Bezüge des Vorstands betragen 2.594 T € (2014: 4.498 T €), davon entfielen auf variable Bezüge 1.930 T € (2014: 3.865 T €). Der in der Berichtsperiode erfasste Gesamtaufwand der kurzfristigen variablen Vergütung betrug 420 T €. Der in der Berichtsperiode erfasste Gesamtaufwand der langfristigen variablen Vergütung betrug 1.510 T €. Die bilanzierte Rückstellung belief sich auf 2.627 T €, der Zeitwert auf 2.560 T €.

Für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochterunternehmen wurden dem Vorstand wie im Vorjahr keine Bezüge gezahlt. Den im Geschäftsjahr 2015 aktiven Mitgliedern des Vorstands wurden keine leistungsorientierten Pensionszusagen gewährt. Daher wurden im Berichtsjahr wie im Vorjahr keine Zuführungen zu Pensionsverpflichtungen (DBO nach IFRS) der aktiven Vorstände vorgenommen.

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

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

(38) Gesamtbezüge und Pensionsrückstellungen früherer Mitglieder von Vorstand und/oder Aufsichtsrat gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6b HGB

Die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands betragen im Berichtsjahr 714 T € (2014: 761 T €). Die für laufende Pensionen gebildeten Rückstellungen (DBO nach IFRS) beliefen sich im Geschäftsjahr 2015 auf 8.133 T € (2014: 8.549 T €).

(39) Vorschüsse und Darlehen an den Vorstand und/oder Aufsichtsrat gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6c HGB

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

(40) Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen

Bis zum Verkauf ihrer Anteile am 27. April 2015 war die Home Beteiligungen GmbH, München, das Mutterunternehmen der Leifheit Aktiengesellschaft. Die Herren Dr. Schuler-Voith und Zahn zählten bis zu diesem Zeitpunkt als Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH zu nahestehenden Personen. Deren anteilige Aufsichtsratsvergütung für das Geschäftsjahr 2015 betrug:

T €	2015
Dr. Robert Schuler-Voith	19
Helmut Zahn	30

Im Mai 2015 wurden Dividenden für das Geschäftsjahr 2014 an folgende nahestehende Personen gezahlt:

T €	2015
Thomas Radke	26
Dr. Claus-O. Zacharias und nahe Familienangehörige	45

Darüber hinaus gab es im Berichtsjahr keine Beziehungen zu oder Geschäfte mit nahestehenden Personen oder nahestehenden konzernfremden Unternehmen.

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

Folgende Mitteilungen wurden veröffentlicht:

November 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

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

Oktober 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

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

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

Oktober 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

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

Juli 2015

„Veröffentlichung nach § 26 Abs. 1 WpHG

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

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

Mai 2015

- „Capital Income Builder, Los Angeles, Kalifornien, USA, hat uns am 6. Mai 2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG am 4. Mai 2015 die Schwelle von 5 Prozent der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 5,60 Prozent (das entspricht 280.000 Stimmrechten) betragen hat.

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

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

Mai 2015

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

April 2015

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

Juli 2014

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

Februar 2009

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

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

Oktober 2007

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

(42) Erklärung gemäß § 161 AktG

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

(43) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

(44) Übernahmerechtliche Angaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB

Bezüglich der übernahmerechtlichen Angaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB wird auf den Lagebericht verwiesen.

(45) Angaben des Honorars für den Abschlussprüfer gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 9 HGB

Das für 2015 berechnete Gesamthonorar des Konzernabschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft für die Abschlussprüfung belief sich auf 284 T € (2014: 270 T €). Auf andere Bestätigungsleistungen entfielen 3 T € (2014: 3 T €), auf Steuerberatungsleistungen 81 T € (2014: 133 T €) und auf sonstige Leistungen 87 T € (2014: 67 T €).

Organe der Leifheit Aktiengesellschaft

Mitglieder des Vorstands

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

Mitglieder des Aufsichtsrats

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

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Prüfungsausschuss (Audit Committee)

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

Personalausschuss

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

Konzernfremde Mandate der Organe

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

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

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

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

Nassau/Lahn, 17. März 2016

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

Versicherung der gesetzlichen Vertreter zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht 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 beschrieben sind.

Nassau/Lahn, 17. März 2016

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand



Thomas Radke



Dr. Claus-O. Zacharias

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Zu dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der Leifheit Aktiengesellschaft, Nassau/Lahn, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung sowie Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

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

Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Eschborn/Frankfurt am Main, 17. März 2016

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Knappe
Wirtschaftsprüfer

gez. Vöhl
Wirtschaftsprüfer

Einzelabschluss der Leifheit Aktiengesellschaft

Der von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehene Jahresabschluss (Einzelabschluss) der Leifheit Aktiengesellschaft wurde nach handels- und aktienrechtlichen Vorschriften erstellt.

Disclaimer

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Finanzbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements über künftige Entwicklungen beruhen. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von Leifheit bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollte einer dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. Es ist von Leifheit weder beabsichtigt noch übernimmt Leifheit eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Abweichungen aus technischen Gründen

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

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

Rundungshinweis

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

LEIFHEIT-KONZERN

Finanzkalender

12. MAI 2016

QUARTALSFINANZBERICHT
zum 31. März 2016



25. MAI 2016

HAUPTVERSAMMLUNG
10:30 Uhr (MESZ), Deutsche Nationalbibliothek,
Frankfurt/Main



11. AUGUST 2016

HALBJAHRESFINANZBERICHT
zum 30. Juni 2016



10. NOVEMBER 2016

QUARTALSFINANZBERICHT
zum 30. September 2016

Kontakte

Leifheit AG
Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Investor Relations:

Telefon: +49 2604 977-218
Telefax: +49 2604 977-340

Leifheit im Internet:

www.leifheit-group.com
E-Mail: ir@leifheit.com

LEIFHEIT-KONZERN

Impressum

Herausgeber

Leifheit AG
Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Konzept/Gestaltung/Umsetzung

MPM Corporate Communication Solutions, Mainz

Fotografie

Olivier Hess, London
Leifheit AG, Nassau/Lahn

Druck

johnen-druck GmbH & Co. KG, Bernkastel-Kues

Text

Leifheit AG, Nassau/Lahn
Mirnock Consulting GmbH, Wiesloch

Kennzahlen zum Konzern

		2011	2012	2013	2014	2015
Umsatz						
Konzern	Mio €	222,1	224,2	220,9	220,7	231,8
Konzern bereinigt ¹	Mio €	215,8	217,4	219,5	220,7	231,8
Markengeschäft ¹	Mio €	164,2	170,9	172,8	180,4	188,1
Volumengeschäft	Mio €	51,6	46,5	46,7	40,3	43,7
Auslandsanteil ¹	%	56,5	57,1	57,6	57,0	57,4
Rentabilität						
Bruttomarge	%	43,0	43,6	44,9	47,7	46,7
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	Mio €	12,8	8,2	22,9	24,5	20,8
Free Cashflow	Mio €	7,7	-1,4	19,5	18,4	14,1
EBIT	Mio €	13,9	14,2	14,9	21,5	21,7
EBIT bereinigt ²	Mio €	11,4	13,0	16,9	16,4	19,2
EBIT-Marge	%	5,1	5,8	6,8	9,8	9,3
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	12,2	12,2	13,3	19,8	20,2
Periodenergebnis	Mio €	12,1	9,4	10,2	14,1	14,3
Umsatzrentabilität	%	5,6	4,3	4,6	6,4	6,2
Eigenkapitalrentabilität ⁵	%	12,2	10,1	10,8	14,9	13,4
Gesamtkapitalrentabilität	%	6,1	4,6	5,0	6,3	6,0
ROCE	%	9,7	10,2	12,6	20,3	18,1
Aktie						
Periodenergebnis je Aktie ³	€	2,55	1,97	2,16	2,97	3,02
Free Cashflow je Aktie ³	€	1,63	-0,28	4,11	3,88	2,96
Dividende je Aktie	€	1,30	1,50	1,65	1,80	2,00 ⁴
Sonderdividende je Aktie	€	-	-	-	-	0,75 ⁴
Mitarbeiter am Jahresende						
Konzern	Personen	1.032	1.025	1.026	1.055	1.049
Markengeschäft	Personen	726	741	741	782	831
Volumengeschäft	Personen	306	284	285	273	218
Investitionen in Sachanlagen						
Investitionsquote	Mio €	5,4	9,3	3,3	5,1	6,1
	%	4,1	5,8	2,0	3,6	4,1
Abschreibungen auf Sachanlagen						
	Mio €	5,3	5,3	5,5	5,3	5,0
Bilanzsumme⁵						
	Mio €	198,9	205,9	203,8	223,3	237,9
Eigenkapital⁵						
	Mio €	98,9	92,8	94,7	94,8	106,7
Eigenkapitalquote ⁵	%	49,7	45,0	46,5	42,5	44,9

¹ Umsatz 2011 bis 2013 bereinigt um das aufgegebene Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräte.

² EBIT 2011 bereinigt um einmaligen Sondereffekt aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s.,

EBIT 2012 bereinigt um einmaligen Sondereffekt aus der Veräußerung von Vermögenswerten im Zusammenhang mit der Aufgabe eines Lizenzvertrags,

EBIT 2013 bis 2015 bereinigt um Fremdwährungsergebnisse.

³ Ohne zurückgekauft eigene Aktien.

⁴ Dividendenvorschlag.

⁵ Ab 2012 nach IAS 19 (überarbeitet 2011).



Aktiengesellschaft

Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn
Telefon: +49 2604 977-0
Telefax: +49 2604 977-300
www.leifheit-group.com
ir@leifheit.com