



Wachstum gestalten

Internationalisierung
Markenkommunikation
Innovation

2010

Der Leifheit-Konzern

Leifheit weltweit

15

Standorte und Niederlassungen

Werke in Deutschland,
Frankreich, Tschechien

211

Mio € Umsatz

58 Prozent im Ausland

8,8

Mio € EBIT

Ergebnis mehr als verdoppelt

1.141

Mitarbeiter

davon 419 in Deutschland

Markengeschäft

164 Mio €

Hochwertige Produkte mit hohem Verbrauchernutzen
sowie konsequente Markenführung mit entsprechenden
Innovations- und Markteinführungsprozessen kennzeichnen
unser Markengeschäft.

LEIFHEIT



Backgeräte

SOEHNLE

- Standorte & Niederlassungen
- Importeure



70

Vertriebspartner weltweit
von Ägypten bis Zypern

Leifheit AG

Volumengeschäft
47 Mio €

Produkte in Mittelpreislagen, die vorwiegend in internationalen Märkten mit einer hohen Service-Komponente vertrieben werden, charakterisieren unser Volumengeschäft.

birambeau

herby

Projektgeschäft

Konzerndaten 2006 bis 2010

		2006	2007	2008	2009 veröf- fentlicht	2009 ange- passt ¹⁾	2010
Umsatz							
– Konzern	Mio €	277	276	280	273	207	211
– Markengeschäft	Mio €	–	–	–	–	162	164
– Volumengeschäft	Mio €	–	–	–	–	45	47
Veränderung	%	-3	–	1	-3	–	2
Auslandsanteil	%	58	58	60	58	58	58
Kennzahlen zur Rentabilität							
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio €	5,1	14,3	1,7	43,8	–	12,0
EBIT	Mio €	4,9	2,4	5,2	8,1	3,1	8,8
EBIT-Marge	%	1,8	0,9	1,9	3,0	1,5	4,2
Ergebnis vor Ertragsteuern/EBT	Mio €	2,8	0,5	2,6	5,5	1,1	6,0
Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft	Mio €	–	–	–	–	-0,3	5,4
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	Mio €	–	–	–	–	3,4	10,9
Periodenergebnis	Mio €	4,5	-3,2	0,4	3,1	3,1	16,4
Umsatzrentabilität ⁴⁾	%	1,6	-1,2	0,1	1,1	-0,1	2,6
Eigenkapitalrentabilität ⁴⁾	%	4,2	-3,1	0,4	3,1	–	5,3
Gesamtkapitalrentabilität ⁴⁾	%	2,1	-1,6	0,2	1,4	–	2,6
Kennzahlen je Aktie							
Periodenergebnis ^{2) 4)}	€	0,95	-0,67	0,09	0,66	-0,06	1,15
Cashflow ²⁾	€	1,08	3,00	0,35	9,23	–	2,52
Dividende je Aktie	€	0,60	–	0,60	0,60	0,60	1,00³⁾
Sonderdividende	€	–	–	–	–	2,40	2,00³⁾
Mitarbeiter							
im Jahresdurchschnitt		1.491	1.404	1.521	1.468	1.153	1.137
am Jahresende							
– Konzern		1.433	1.411	1.530	1.471	1.169	1.141
– Markengeschäft		–	–	–	–	796	751
– Volumengeschäft		–	–	–	–	373	390
Personalaufwand je Mitarbeiter	T €	38	40	37	40	36	38
Investitionen in Sachanlagen							
Investitionsquote	%	2,3	3,7	4,1	4,8	5,2	3,0
Abschreibungen auf Sachanlagen							
	Mio €	7	7	7	9	7	5
Bilanzsumme							
	Mio €	204	207	221	223	–	207
Eigenkapital							
	Mio €	107	99	101	101	–	102
Eigenkapitalquote	%	52	48	45	45	–	49

¹⁾ Anpassung aufgrund des Verkaufs des Badbereichs und der neuen Segmenteinteilung in Marken- und Volumengeschäft

²⁾ ohne zurückgekauft eigene Aktien

³⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

⁴⁾ ab 2009 bezogen auf das fortzuführende Geschäft

Wachstum gestalten

„Seit 2007 haben wir umfassende Maßnahmen eingeleitet, um **Umsatz und Rentabilität zu verbessern**. Das Restrukturierungsprogramm für mehr Effizienz und die Konzentration auf das Kerngeschäft wurden 2010 abgeschlossen. Nun konzentrieren wir uns ganz darauf, Wachstum und Ertrag nachhaltig zu steigern.“

Georg Thaller,
Vorstandsvorsitzender

Wachstum gestalten

Inhalt



16

Wachstum gestalten

Inhalt

Leifheit 2010

- 08 Der Vorstand
- 09 An die Aktionäre und Freunde von Leifheit
- 12 Bericht des Aufsichtsrats
- 16 Wachstum gestalten
- 30 Corporate Governance
- 35 Erklärung zur Unternehmensführung
- 39 Die Leifheit-Aktie

Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2010

- 44 Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur
- 48 Wirtschaftliches Umfeld
- 49 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- 57 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 60 Nachhaltigkeit
- 62 Chancen und Risiken
- 66 Nachtragsbericht
- 67 Prognosebericht

Wachstum gestalten

Internationalisierung – Markenkommunikation – Innovation



18

Wachstumstreiber Internationalisierung
Vertriebsstrategie



22

Wachstumstreiber Marke und Kommunikation
Marken- und Kommunikationsstrategie



26

Wachstumstreiber Innovation
Produkte mit hohem Verbrauchernutzen

Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2010

- 70 Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 71 Konzernbilanz
- 72 Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals
- 73 Konzern-Segmentberichterstattung
- 74 Konzern-Kapitalflussrechnung

Konzernanhang

- 75 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
- 93 Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung
- 102 Erläuterungen zur Konzernbilanz
- 126 Organe der Leifheit AG

Weitere Informationen

- 128 Erklärung des Vorstands
- 129 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 130 Hinweis auf den Einzelabschluss der Leifheit AG
- 130 Disclaimer
- 131 Kontakte und Termine



Der Vorstand

Georg Thaller,
Bad Kreuznach

Vorstandsvorsitzender, CEO,
verantwortlich für Vertrieb, Marketing,
Entwicklung, Recht/Patente und Revision

Dr. Claus-O. Zacharias,
Nassau/Lahn

CFO, verantwortlich für Finanzen, Controlling, Personal,
IT/Geschäftsprozesse, Einkauf, Operations und
Qualitätsmanagement

Sehr geehrte Aktionäre, liebe Freunde von Leifheit,

hinter uns liegt ein Jahr mit guten Nachrichten für unsere Aktionäre:

Leifheit hat trotz des Badverkaufs sein Vorjahresergebnis wiederum übertreffen können, was belegt, dass unsere strategischen Weichenstellungen richtig waren. Daher werden wir der Hauptversammlung vorschlagen, zusätzlich zu einer erhöhten Dividende in Höhe von 1,00 € je Aktie wiederum eine Sonderdividende von 2,00 € auszuschütten.

Im Jahr 2010 konnten wir zudem die beiden zentralen strategischen Schritte abschließen, mit denen wir unser Unternehmen wieder auf ein stabiles Fundament gestellt haben. Das erlaubt uns, Leifheit jetzt mit dem geplanten dritten strategischen Schritt in die entscheidende Phase einer auf Nachhaltigkeit und Dynamik ausgerichteten Wachstumsstrategie zu führen.

Zur Erinnerung: Die beiden Schritte, mit deren Realisierung wir 2008 unter dem Motto „Fokus – Innovation – Geschwindigkeit“ begonnen hatten:

- Schritt eins: Mit „Fit für die Zukunft“ setzten wir ein umfassendes Restrukturierungsprogramm auf. Mit ihm peilten wir eine nachhaltige Effizienzsteigerung an.
- Schritt zwei: Unser erklärtes Ziel war es, Leifheit auf seine Kernkompetenzen zu fokussieren. Mit den Verkäufen des Leitern-Geschäfts wie auch des Badbereichs haben wir dieses Ziel erreicht: Leifheit ist wieder ein reiner Anbieter von Haushaltswaren.

Auf diesem Weg haben wir die notwendige Grundlage geschaffen, um zukünftig wieder in Umsatz und Ertrag signifikant wachsen zu können. Damit wir dieses Ziel auch sicher und schnell erreichen werden, hat der Konzern zum Jahresbeginn 2011 den dritten zentralen Schritt seiner strategischen Weichenstellung verabschiedet. Die Umsetzung unserer Wachstumsstrategie ist für die Jahre 2011 bis 2014 konzipiert.

Die Wachstumsstrategie, für die wir das Motto „Leifheit Go! - Growing (by) Opportunities“ gewählt haben, stützt sich auf zwei Grundpfeiler: Der erste beschäftigt sich mit unserer Marke. Wir haben in einer intensiven Marktforschung in den wichtigen Märkten Deutschland, Frankreich und Polen analysiert, wie unsere Produkte benutzt und gekauft werden. Daraus haben wir eine Markenstrategie abgeleitet, mit der wir durch weiter verbesserte und innovative Produkte, aber auch durch eine intensivere Kommunikation sowie kreative Marketingstrategien unser Markenprofil schärfen.

Den zweiten Pfeiler bildet eine international ausgerichtete Vertriebsstrategie, die bestehende Vertriebswege ausbaut und neue erschließt.

Zur Vertriebsstrategie

Im Zentrum unserer Vertriebsstrategie steht ein systematisches Wachstum in unseren Kernmärkten. Dazu haben wir geplant, das Wachstum in etwa zu einer Hälfte organisch zu generieren und zur anderen Hälfte durch Zukäufe von Unternehmen, die uns im Hinblick auf Markenqualität, Profil und Unternehmenskultur gut ergänzen.

Wir haben unsere Wachstumsmärkte in zwei Kategorien eingeteilt: Die Fokus 1-Länder bilden der deutschsprachige Raum (Deutschland, Österreich und Schweiz) sowie die umsatzstarken Länder Frankreich, Spanien, Italien, die Benelux-Länder sowie Polen und die Metropolen Russlands. Die Fokus 2-Länder finden sich in Nordeuropa, Osteuropa, Großbritannien sowie in China und den USA.

Zur Leifheit-Markenstrategie

Unsere Markenstrategie basiert auf professionellen Analysen und Grundlagenstudien, die sich sehr intensiv mit den heutigen wie künftigen Bedürfnisprofilen, Erwartungen, aber auch Wünschen der Verbraucher auseinandersetzen. In diesen Untersuchungen wurde deutlich, dass unsere Kundschaft sich in ihren Vorstellungen und Werten verändert; auf diese Veränderungen gehen wir ein, indem wir die Bedürfnisse der Nutzer in das Zentrum unserer Marketingaktivitäten stellen. Daraus leiten wir auch die künftigen Innovationen ab, also neue Produkte und erfolgreiche Produkte, die wir weiterentwickeln. In das neue Leifheit-Sortiment, das wir im Februar der Öffentlichkeit auf der für unser Geschäft wichtigsten Messe, der Ambiente, vorgestellt hatten, sind bereits erste Erkenntnisse aus diesen Studien eingeflossen, genauso wie bei unserer jüngsten Fernsehwerbung zu unserem Wäscheschirm „Linomatic de Luxe“.

Ausrichtung der Organisation auf neues Wachstum

Große Wachstumsziele lassen sich nur dann erreichen, wenn die Organisation das auch trägt und umsetzen kann. Daher entwickeln wir unsere Organisation weiter, indem wir sie konsequent auf ein strategiegetriebenes Kunden- und Markenmanagement ausrichten. Das schafft eine größere Marktorientierung und steigert den Geschäftserfolg. Dazu haben wir organisatorisch das Marken- vom Volumengeschäft getrennt.

Der wichtige Wachstumstreiber wird das Markengeschäft sein; hier gilt es, international das Potenzial unserer gut eingeführten Qualitätsmarken zu heben. Das Wachstum im Volumengeschäft wird vorrangig über Zukäufe oder Firmenzusammenschlüsse erzielt werden.

Die Aktie als Indikator für die Qualität der Geschäftspolitik

Seit 2009 erleben unsere Aktionäre einen kontinuierlichen Anstieg des Kurses der Leifheit-Aktie, der nur von wenigen Unterbrechungen gekennzeichnet ist. Wir richten unsere strategische Neupositionierung vor allem darauf aus, Mehrwert zu schaffen: Mehrwert für unsere Kunden, Mehrwert für unsere Mitarbeiter durch attraktivere und stabilere Arbeitsplätze, aber auch Mehrwert für unsere Aktionäre, der sich dann in einer angemessenen Dividende und in einem weiter ansteigenden Aktienkurs niederschlagen sollte.

Wir danken Ihnen, unseren Aktionären, dass Sie uns im vergangenen Jahr weiter Ihr Vertrauen geschenkt haben und freuen uns, wenn Sie uns auch auf dem kommenden Weg treu begleiten! Wie wir Ihnen gezeigt haben, werden wir alles tun, damit die Freude an Ihren Leifheit-Aktien auch künftig anhält.

Der Vorstand der Leifheit AG



Georg Thaller



Dr. Claus-O. Zacharias



Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat nahm im Geschäftsjahr 2010 die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahr und hat den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft kontrolliert und überwacht. In alle Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen war der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden.

Der Vorstand unterrichtete den Aufsichtsrat schriftlich wie mündlich regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung, der strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte, die Lage des Konzerns sowie über die Risikosituation und das Risikomanagement. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Zielen wurden detailliert erläutert. Der Aufsichtsrat war in alle wichtigen Entscheidungen frühzeitig und unmittelbar eingebunden. Vom Aufsichtsrat angeforderte Zusatzinformationen und -berichte wurden vollständig vom Vorstand zur Verfügung gestellt. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wurde ebenso wie alle bedeutenden Geschäftsvorfälle ausführlich mit dem Vorstand erörtert und abgestimmt. Insbesondere zustimmungsbedürftige Geschäfte wurden eingehend überprüft.



Helmut Zahn,
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsratsvorsitzende stand auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand und ließ sich über die aktuelle Geschäftslage und die wesentlichen Geschäftsvorfälle informieren.

Im Geschäftsjahr 2010 fanden vier Aufsichtsratssitzungen statt. In zwei Aufsichtsratssitzungen waren alle Mitglieder anwesend, in einer Sitzung waren zwei Aufsichtsratsmitglieder entschuldigt, in einer Sitzung fehlte ein Aufsichtsratsmitglied entschuldigt. Über Projekte und Vorhaben, die für die Gesellschaft von besonderer Bedeutung oder eilbedürftig waren, wurde der Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen informiert und schriftlich um Genehmigung gebeten, sofern dies erforderlich war.

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 und Desinvestments sowie die Risikosituation.

In der Aprilsitzung befasste sich der Aufsichtsrat in Anwesenheit des Wirtschaftsprüfers intensiv mit der Erörterung und Prüfung des Jahresabschlusses, der Einführung eines neuen ERP-Systems in Nassau sowie mit Rationalisierungsmaßnahmen. In der Sitzung im Juni behandelte der Aufsichtsrat umfassend den Verkauf des Badbereichs. In der Septembersitzung befasste sich der Aufsichtsrat schwerpunktmäßig mit der strategischen Ausrichtung des Leifheit-Konzerns sowie der Corporate Governance. In der Sitzung im Dezember standen die Planung 2011, die Strategie sowie die Produktentwicklung im Rahmen der Kategorie-Strategien im Mittelpunkt.

Der Aufsichtsrat hat einen Prüfungs- und einen Personalausschuss gebildet. Der Prüfungsausschuss (Audit Committee) kam zweimal zusammen, um Fragen der Rechnungslegung, der Überprüfung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems, des internen Revisionssystems sowie der Abschlussprüfung zu behandeln. Der Personalausschuss trat zweimal zusammen. Im Personalausschuss wurden die Anstellungsverträge für die Vorstandsmitglieder einschließlich der Vergütung sowie sonstige Vorstandsangelegenheiten behandelt. In den Ausschusssitzungen waren jeweils alle Ausschussmitglieder anwesend.

Interessenskonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber offenzulegen sind, sind im Berichtsjahr nicht aufgetreten.

Der vorliegende, vom Vorstand nach den Regelungen der IFRS aufgestellte Jahresabschluss und der Lagebericht des Leifheit-Konzerns sowie der nach den handels- und aktienrechtlichen Regelungen aufgestellte Jahresabschluss und Lagebericht der Leifheit AG für das Geschäftsjahr 2010 wurden von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, geprüft. Die Abschlussprüfer erteilten beiden Abschlüssen einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk. Die Prüfung ergab – wie aus den Prüfungsberichten hervorgeht – keinen Anlass zur Beanstandung.

Die Jahresabschlussunterlagen und die Prüfungsberichte wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern ausgehändigt und in einer Sitzung am 23. März 2011 im Audit Committee des Aufsichtsrats unter besonderer Berücksichtigung der Ertragslage erörtert. In der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 4. April 2011 hat das Audit Committee allen Aufsichtsratsmitgliedern eingehend berichtet. Die Abschlussprüfer nahmen an den Sitzungen von Ausschuss und Plenum teil, berichteten über ihre Prüfung und standen für vertiefende Erörterungen zur Verfügung. Auch die Rechtmäßigkeit der Unternehmensführung wurde mit den Abschlussprüfern erörtert. Unregelmäßigkeiten sind nicht vorgekommen.

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.“

Der Aufsichtsrat erhebt nach dem abschließenden Ergebnis der Prüfungen keine Einwände.

In der Sitzung am 4. April 2011 hat sich der Aufsichtsrat auch mit den Pflichtangaben gemäß § 289 Abs. 4 und 315 Abs. 4 HGB sowie mit dem diesbezüglichen Bericht befasst. Die entsprechende Erklärung ist im Lagebericht bzw. im Konzernlagebericht enthalten. Der Aufsichtsrat hat diese Angaben und Erläuterungen, die aus seiner Sicht auch vollständig sind, geprüft.

Der Aufsichtsrat hat die Abschlüsse und Lageberichte der Leifheit AG und des Konzerns sowie den Gewinnverwendungsvorschlag geprüft und erhebt keine Einwendungen. Er hat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss gebilligt; damit ist der Jahresabschluss gemäß § 172 Aktiengesetz festgestellt. Auch dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns stimmt der Aufsichtsrat zu.

Am 1. Juni 2010 ist Herr Ernst Kraft aus dem Vorstand der Leifheit AG ausgeschieden. Seit 2006 war er in diesem Gremium für den Unternehmensbereich Bad verantwortlich. Der Aufsichtsrat dankt Herrn Kraft sehr für seine Tatkraft und sein außerordentlich erfolgreiches Engagement im Dienste des Leifheit-Konzerns, dem er mehr als 22 Jahre verbunden war.

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

Nassau/München, 4. April 2011

Der Aufsichtsrat



Helmut Zahn
Vorsitzender

Aufbruch zu nachhaltigem Wachstum. Leifheit hat im Jahr 2010 die Grundlagen geschaffen.

2010 war das Jahr der weitreichenden strategischen Weichenstellung in konsequenter Fortführung unseres Leitbilds „Fokus, Innovation, Geschwindigkeit“. Durch die Reorganisation mit dem Verkauf der Marken Kleine Wolke, Meusch und Spirella gelang die Konzentration auf die Kernkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Damit haben wir die Grundlage geschaffen, um unser nächstes ambitioniertes Projekt zu starten: Die Einleitung nachhaltigen und dynamischen Wachstums mit daraus abgeleiteten Ergebnissteigerungen.

Markengeschäft im Fokus

Im Mittelpunkt der Wachstumsstrategie steht das Markengeschäft mit Leifheit, Soehnle und Dr. Oetker Backgeräte, angetrieben durch die gezielte Identifizierung, Priorisierung und systematische Erschließung der internationalen Märkte, den Ausbau unserer Markenstärke

und unserer Innovationskraft. Unsere Organisation erhält eine Struktur, die das Wachstum in den definierten Märkten mit den richtigen Produkten, den richtigen Vertriebskanälen und Kunden befördert. Wir implementieren ein internationales Kunden- und Markenmanagement analog unserer Marktorientierung und dem angestrebten Geschäftserfolg.

Marken- und Kommunikationsstrategie

Unsere Marken- und Kommunikationsstrategie orientiert sich am Verbrauchernutzen. Diesen sehen wir stets im Zusammenhang mit kulturellen Gewohnheiten und Ansprüchen der Haushaltsführung in unseren Zielmärkten. Eine breit angelegte Marktforschung in mehreren Ländern hat unser Verständnis und das Wissen um die Motive und Wünsche der Verbraucher wachsen lassen. Leifheit wird diese Chancen und Möglichkeiten nutzen. Unsere Strategie heißt: Leifheit – Growing (by) Opportunities, oder kurz gesagt Leifheit Go!

Wachstum gestalten

Inhalt



Internationalisierung

18 „Für unsere Vertriebsstrategie haben wir die Märkte identifiziert, in denen Leifheit bis **zum Jahr 2014 das größte Wachstum und das beste Ergebnis erzielen kann.** Auf diese Märkte werden wir uns zukünftig konzentrieren.“



Markenkommunikation

22 „Worauf kommt es Menschen an, wenn sie kochen, putzen, Wäsche trocknen oder bügeln? Wir sind der Sache auf den Grund gegangen und schon bald haben wir besser verstanden, **wie Leifheit die Verbraucher überzeugen kann.**“



Innovation

26 „Innovation steht im Dienste des Verbrauchernutzens. Wer den größten Nutzen bietet, liegt in der Gunst der Verbraucher vorn. **So entsteht aus Innovationen Wachstum.**“

Wachstumstreiber Internationalisierung
Vertriebsstrategie

„Für unsere Vertriebsstrategie haben wir die Märkte identifiziert, in denen Leifheit bis **zum Jahr 2014 das größte Wachstum und das beste Ergebnis erzielen kann.** Auf diese Märkte werden wir uns zukünftig konzentrieren.“

Agata Barro,
Projektleiterin Vertriebsstrategie

Interview mit

Agata Barro, Projektleiterin Vertriebsstrategie



Je stärker der Fokus, desto größer der Einsatz. Gebündelte Vertriebs-Power für die internationalen Kernmärkte.

Mit dem neu organisierten Vertrieb forciert Leifheit den Ausbau seiner internationalen Märkte. Die Größe der Erfolgchance bestimmt den Einsatz im jeweiligen Land. Agata Barro, Projektleiterin Vertriebsstrategie, sagt, worauf es ankommt: Auf die richtige Strategie für den Rahmen und viel länderspezifisches Know-how für's Detail.

Frau Barro, was verbirgt sich hinter dem Projekt Vertriebsstrategie?

Damit wird unser derzeit ehrgeizigstes Ziel definiert: Im Zentrum steht ein systematisches und nachhaltiges Wachstum in unseren internationalen Kernmärkten.

In welchen Bereichen?

Das Projekt gewinnt seine Dynamik durch den Ausbau des Markengeschäfts mit

Leifheit, Soehnle und Dr. Oetker Backgeräte. Hier will der Konzern aus eigener Kraft deutlich wachsen. Darauf konzentriert sich der Vertrieb.

Was macht Sie so sicher, dass dies gelingt?

Wir sind in vielen Ländern schon lange vertreten und verfügen über gute Kontakte. Wir wissen auch, dass das Potenzial für mehr

Wachstumstreiber Internationalisierung

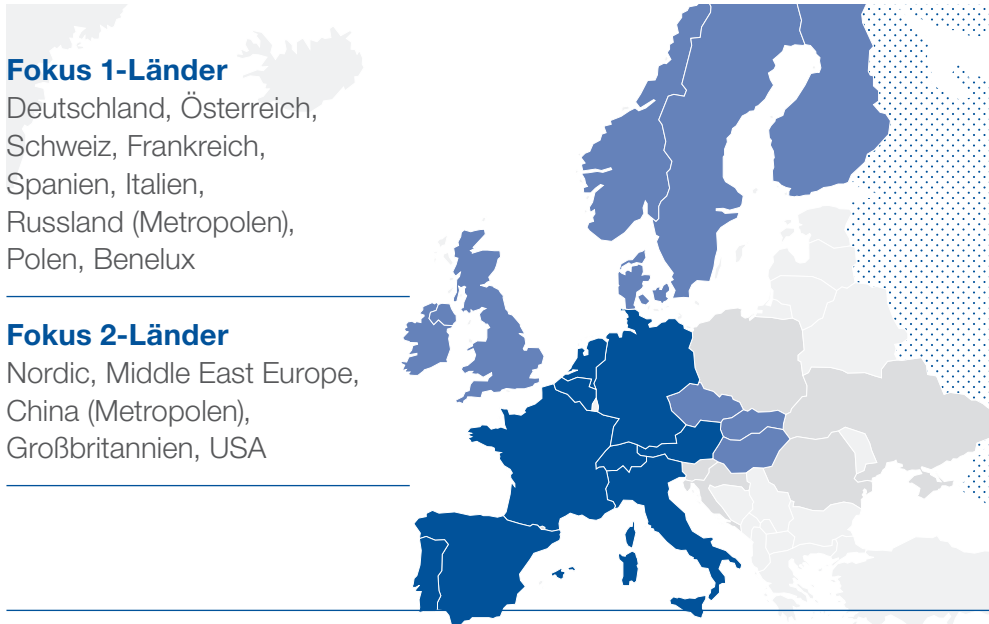
Fokus-Länder

Fokus 1-Länder

Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Spanien, Italien, Russland (Metropolen), Polen, Benelux

Fokus 2-Länder

Nordic, Middle East Europe, China (Metropolen), Großbritannien, USA



Volumen vorhanden ist. Was uns bislang fehlte, war ein stärkerer Fokus und die letzte Konsequenz. Wir sind dabei, dies zu ändern.

Das Unternehmen bewegt sich auf vielen Märkten. Welche stehen im Brennpunkt?

Wir haben mit wissenschaftlicher Akribie die attraktivsten und am besten zugänglichen Länder und Märkte identifiziert und nach Wachstums- und Gewinnpotenzialen priorisiert. Entsprechend werden wir unser Geschäft forcieren. Die Fokus 1-Märkte heißen Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Spanien, Italien, Polen und Benelux. Hinzu kommen die Metropolen Russlands. Fokus 2-Märkte sind die skandinavischen Länder, Tschechien, die Slowakei und Ungarn, Chinas Großstädte, Großbritannien und die USA. Alle anderen Länder werden im Rahmen des traditionellen Exportgeschäfts betreut.

Was meinen Sie mit „forcieren“?

Erfahrungen in Märkten, in denen wir bereits

sehr erfolgreich sind, bestätigen, dass es nicht allein darauf ankommt, die Leistung unserer Produkte für den Verbraucher hervorzuheben. Genauso wichtig ist es, unsere Produkte über alle Stationen bis zum Endkunden hin verantwortlich zu führen. Das betrifft Schulungen für den Handel, die Bereitstellung von einheitlichen Tools, Vorführungen, gemeinsame Aktionen mit unseren Partnern und alles, was die Präsentation am Point of Sale unterstützt. Je stärker sich der Fokus auf ein Land richtet, desto mehr Kräfte mobilisieren wir für den Erfolg.

Muss sich der Vertrieb dazu neu organisieren oder aufstellen?

Das ist größtenteils bereits erfolgt. Wir haben nun nur noch einen Vertrieb für unsere drei großen Marken. Der Vorteil liegt auf der Hand: Wer nicht nur eine Marke, sondern die Produkte dreier Marken anbieten kann, ist flexibler, hat mehr Möglichkeiten, Märkte zu öffnen und Kundenbeziehungen im Handel zu entwickeln. „Think global, act local“, lautet die Devise, die unser internationales

Wachstumstreiber Internationalisierung

Messestand auf der internationalen Konsumgütermesse Ambiente 2011



Engagement treffend beschreibt. Die Steuerung erfolgt zentral und ist angesiedelt an oberster Stelle der Unternehmensorganisation. Für die strategiekonforme Umsetzung sorgen unsere Experten in den Ländern. Alles in unserer Organisationsstruktur ist darauf angelegt, die Kommunikation aus und zu den Märkten zu verkürzen und zu verbessern und eine ebenso schnelle wie effektive Umsetzung von Entscheidungen zu gewährleisten.

Andere Länder – andere Sitten, das ist eine alte Binsenweisheit. Welche Bedeutung haben solche Unterschiede für die Bearbeitung der Märkte?

Nicht nur die Gewohnheiten in Küche und Haushalt sind von Land zu Land verschieden. Verschiedene Märkte bedeuten oft auch unterschiedliche Konkurrenzsituationen. Abhängig von den länderspezifischen Anforderungen der Verbraucher und in Abgrenzung zu lokalen Mitbewerbern werden wir den Herausforderungen stärker als bisher mit Produkt- und Sortimentsanpassungen begegnen. Auch

werden wir im Einzelfall prüfen, ob eine veränderte Positionierung die Chancen für unser Unternehmen erhöhen kann.

Wird die Anpassung notfalls zu Lasten von Qualität und Funktionalität erfolgen, wenn in einem Markt der Druck auf die Preise steigt?

Nein, Leifheit bleibt Leifheit. Wenn sich unser Spielraum bei der Preisgestaltung erschöpft, werden wir andere Produkte anbieten oder in diesen Märkten das Volumengeschäft forcieren.

Wachstumstreiber Marke und KommunikationMarken- und Kommunikationsstrategie

„Worauf kommt es Menschen an, wenn sie kochen, putzen, Wäsche trocknen oder bügeln? Wir sind der Sache auf den Grund gegangen und schon bald haben wir besser verstanden, **wie Leifheit die Verbraucher überzeugen kann.**“

Sabine Kratz,Leiterin Marketing Services Leifheit

Interview mit
Sabine Kratz, Leiterin Marketing Services Leifheit



Der Held in unserer Story ist der Kunde. Oder: Wie aus einem neuen Blickwinkel heraus Wachstum entsteht.

Durch schärfere Profilierung wird die Marke Leifheit zum Träger einer klaren und wahrnehmbaren Botschaft: Im Vordergrund steht dabei der Verbrauchernutzen. Sabine Kratz, Leiterin Marketing Services, ist überzeugt, dass diese neue Marken- und Kommunikationsstrategie zum Wachstum des Unternehmens beitragen wird.

Leifheit hat sich beim Wachstum viel vorgenommen. Frau Kratz, welche Rolle spielt dabei die Markenstrategie?

Wir definieren für Leifheit eine am Verbrauchernutzen ausgerichtete Markenstrategie. Was wünscht der Verbraucher? Was braucht er wirklich? Wonach sucht der Kunde? Auf solche Fragen wollten wir Antworten finden. Aufschluss darüber hat uns eine breit ange-

legte Grundlagenstudie gegeben, in der wir viele Verbraucher in mehreren Ländern intensiv befragt haben. Mit diesem „Blick in die Haushalte“ haben wir erfahren, welche Anforderungen, aber auch welche Motive und Emotionen unsere Kunden beim Putzen, Wäschetrocknen, Bügeln und Kochen bewegen. Auf diese Bedürfnisse konzentrieren wir uns in unserer Markenstrategie.

Starkoch Christian Henze
für Leifheit auf der Ambiente 2011



Im Bereich Küche wurden die Produktneuheiten aus dem Hause Leifheit von Starkoch Christian Henze präsentiert. Der bekannte Fernsehkoch zog am Messewochenende mit unterhaltsamen Show-Vorführungen die Besucher an.

Der Verbraucher verlangt Beweise für einen behaupteten Nutzen. Wie wollen Sie diese Beweise führen?

Die Marktforschung belegt klipp und klar, dass unserer Marke bereits unschätzbare Werte wie Qualität, Stabilität und Zuverlässigkeit zugeordnet werden. Diese Kernwerte treffen zusammen mit einer Neuorientierung in der Gesellschaft. Nach „Geiz ist geil“ ist wieder Qualität gefragt. Zudem haben wir durch die Marktforschung konkrete Wünsche an unsere Produkte identifiziert. Beispiele sind leichte Verstaubarkeit, „Ease of use“ und Design in Verbindung mit Funktionalität. Daraus ziehen wir einen präzisen Entwicklungsauftrag. Niemand wird je einen Verbraucher glauben machen, dass Hausarbeit von alleine geht. Wir aber können dem Verbraucher mit der richtigen Ausrüstung für die moderne und überlegene Haushaltsführung dabei helfen, souverän zu arbeiten und perfekte Ergebnisse zu erzielen.

Welche Auswirkungen hat dies auf Ihre zukünftige Kommunikationsstrategie?

Organisches Wachstum findet nur dort statt, wo es gelingt, den Verbraucher zu überzeugen. Bei unserer am Verbraucher ausgerichteten Kommunikationsstrategie bedienen wir uns einer konsequenten Markenführung in Verbindung mit entsprechenden Innovations- und Markteinführungsprozessen. Bisher haben wir vorwiegend Produktmarketing betrieben. Wir zeigten dem Verbraucher, was wir hatten und erklärten ihm die einzigartigen Produkteigenschaften. Heute wissen wir, dass wir mit einem geänderten Fokus mehr Wirkung erzielen können. Statt des Produkts stellen wir nun den Kunden in den Mittelpunkt unserer Kommunikation: Die getane Arbeit, die ihn mit Zufriedenheit und Stolz erfüllt, die Wertschätzung durch die Familie, das Erfolgserlebnis etc. Ein Produkt, das ihm das glaubhaft verspricht, wird er auch kaufen.

Kati Wilhelm
für Soehnle auf der Ambiente 2011

Auch die Marke Soehnle konnte mit herausragenden Neuheiten auf sich aufmerksam machen. Mit der „Page Evolution“ präsentierte die Marke die flachste Küchenwaage der Welt. Die dreifache Olympiasiegerin im Biathlon Kati Wilhelm diente als Soehnle-Markenbotschafterin.



Nach all der Theorie und den vielen Erkenntnissen – wie sieht nun die neue Marken- und Kommunikationsstrategie in der Praxis aus?

Wir haben schon damit begonnen, unser bislang eher funktional geprägtes Image durch kundenzentrierte, emotionale Aspekte positiv aufzuwerten. Bei nur leicht höherem Budgeteinsatz bringen wir heute bereits deutlich mehr PS auf die Straße. Wir haben die einst vielen isolierten Einzelmaßnahmen zu einer vernetzten, medienübergreifenden Kommunikation zusammengeführt. Dies wollen wir weiter ausbauen. Für eine höhere Markenbekanntheit nutzen wir verstärkt die integrierte 360°-Kommunikation: egal ob im TV, im Radio, im Internet, auf der Messe oder am POS – die Botschaft an den Verbraucher ist die gleiche! Dann zahlt das eine auf das andere ein. Dann wird es uns noch besser gelingen, die Marke Leifheit im Bewusstsein der Verbraucher zu verankern und so einen wesentlichen Beitrag zum weiteren Wachstum des Unternehmens zu leisten.

Gibt es bereits erste signifikante Reaktionen der Verbraucher?

Ja, die gibt es. Auffällig ist die Absatzsteigerung beim „Twist System“, wo wir mit einer klaren Botschaft „Der Spezialist für Parkett und Laminat“ den Verbraucher ansprechen. Die „Perfect Roll“ wurde vom Start weg sehr gut angenommen und durch eine integrierte TV-, PR- und Online-Kampagne in der Bekanntmachung unterstützt. Gleiches werden wir im März dieses Jahres bei unserem neuen Highlight-Produkt, der „Linomatic Deluxe“, feststellen. Nicht zu unterschätzen sind außerdem die positiven Abstrahl- und Synergieeffekte einer solchen Kommunikation auf unsere anderen Produkte und Sortimente. So können wir nicht nur Absatz und Umsatz auf den beworbenen Einzelprodukten erzielen, sondern auch Wachstum in allen unseren Produktkategorien erreichen.

Innovation

Echten Mehrwert bieten

„Innovation steht im Dienste des Verbrauchers. **Wer den größten Nutzen bietet, liegt in der Gunst der Verbraucher vorn.** So entsteht aus Innovationen Wachstum.“

Klaus-Jürgen Fischer,
Leiter Entwicklung Leifheit

Innovation
Produkte in Szene gesetzt



Innovationen werden vom Verbraucher aus entwickelt. Produkte, die echten Mehrwert bieten, sind Ziele der Entwicklung.

Produktneuheiten im Markengeschäft präsentiert Leifheit traditionell bei der weltgrößten Konsumgütermesse Ambiente in Frankfurt am Main. Schaufenster der Innovation war diesmal ein 800 m² großer Messeauftritt mit einem völlig neuen Konzept aus Raum-, Bild- und Erlebniswelten. „Welcome Home!“ – so hieß das Leitmotiv von Leifheit zur Ambiente 2011.

Die drei starken Marken des Unternehmens begrüßten die Besucher gerade so, wie ein perfektes Zuhause den Menschen empfängt und Abstand zum Stress des Alltags schafft. In den unterschiedlichen Haushaltswelten wurden die Produkte dabei lebensnah in Szene gesetzt und praktisch erfahrbar gemacht. Mehr als 100 innovative Lösungen

für den Haushalt stellten Leifheit, Soehnle und Dr. Oetker Backgeräte vor.

„Die große Resonanz durch das Messepublikum bestätigt unsere Strategie“, sagt Georg Thaller, Vorstandsvorsitzender von Leifheit. „Diese Strategie setzt auf Wachstum und definiert dazu den Verbraucher-

Innovation
Leifheit Bügeltisch „Air“



nutzen als zentrale Größe. Dieser muss über die Marke in der Kommunikation erlebbar werden – und er muss Ziel und Zweck unserer Innovationsbereitschaft sein.“

Innovation braucht den Nutzen

Nähe zum Verbraucher fordert dazu auf, die unerfüllten Wünsche und Sehnsüchte der Menschen frühzeitig zu erkennen und ihre Bedürfnisse konsequent zu erfüllen. So entstehen Innovationen, wie Leifheit sie versteht.

„Im Zweifel entscheidet sich ein Kunde für das Produkt, das ihm den größten Nutzen bietet. Mehr Nutzen wird geschaffen durch Mehrwert, eben durch Innovation. So wird Innovation zum Wachstumstreiber“, ist auch Entwicklungsleiter Klaus-Jürgen Fischer überzeugt. Das gilt für alle Kernbereiche des Unternehmens: für Reinigen, Wäschepflege, Küchenhelfer und Wellbeing.

Reinigen mit System

Ob Küche, Wohnzimmer, Schlafzimmer, Bad oder Außenbereich – Leifheits neue Flüssigreinigungsmittel werden durch ihre individuellen Einsatzmöglichkeiten zu Spezialisten im ganzen Haus. Sie bieten für jede Herausforderung die perfekte Lösung. Das Zertifikat „Sustainable Cleaning“ steht für eine sorgfältige Auswahl der Rohstoffe und umweltfreundlichen Gebrauch der Produkte. Mit acht neuen Reinigungsmitteln wird den Verbrauchern nun ein rundum vielfältiges Reinigungssystem geboten. Die Reinigungsmittel sind eine ideale Ergänzung zu den bereits etablierten und bewährten Leifheit Reinigungsgeräten, wie Bodenwischsystemen, Fensterwischern und vielem mehr.

Twist in der Küche

Für die Küche präsentierte Leifheit auf der Ambiente unter anderem Produkte, die durch den innovativen Twist-Antrieb so effektiv arbeiten wie ein elektrisches Küchengerät, jedoch ganz ohne Strom. Dabei sind sie so einfach zu bedienen wie ein Kinderkreisel.

Innovation
Soehnle Page Evolution



Leifheit verstärkt dadurch die Kompetenz im Bereich Vorbereiten in der Küche.

Die Bedeutung der Küchen-Range von Leifheit wird von Markenbotschafter Christian Henze untermauert: „Kochen macht Spaß – vor allem, wenn man die richtige Ausrüstung zur Hand hat. Gut durchdachte Produkte erleichtern die Arbeit, egal ob in der Hobby- oder in der Profiküche.“

Neue Leichtigkeit beim Bügeln

Schnelligkeit und Qualität sind die Schlüsselfaktoren für optimale Wäschepflege. Hier setzt das Bügeltisch-Sortiment „Air“ an. Diese Bügeltische haben eines gemeinsam: Sie verhelfen dank einer einzigartigen Fläche aus Spezialkunststoff, der SuperGlide-Bügelgelfäche, zu einer neuen Leichtigkeit beim Bügeln. Durch ausgesuchte Materialien und innovative Bauweise haben die Bügeltische ein besonders geringes Gewicht und lassen sich somit bequem auf- und abbauen.

Keine ist flacher

Auch die Marke Soehnle konnte mit herausragenden Neuheiten auf sich aufmerksam machen. Mit der „Page Evolution“ präsentierte Soehnle die flachste und damit am leichtesten zu verstauende Küchenwaage der Welt. Diese mit dem red dot design award 2011 ausgezeichnete Innovation ist nur halb so hoch wie eine herkömmliche Waage und sorgte mit ihrem Design für viel Beachtung.

Wohlfühlen und Entspannen

Wohlfühlen und Entspannen ist Kern der neuen Produktlinie „Relax“ von Soehnle. Wärme und Massage fördern die aktive Regeneration. Einfach in der Handhabung, eignen sich alle Produkte für den schnellen und unkomplizierten Einsatz. Ob Wärmekissen, kuscheliges Unterbett oder flexibles Massagegerät – Soehnle sorgt für die verdienten Atempausen im Alltag.

Corporate Governance

Corporate Governance steht für eine verantwortungsbewusste und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Führung und Kontrolle von Unternehmen. Bei Leifheit orientieren wir uns am Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Kodex stellt wesentliche gesetzliche Vorschriften zur Leitung und Überwachung deutscher börsennotierter Gesellschaften dar und enthält international und national anerkannte Standards guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung.

Leifheit misst der Corporate Governance seit jeher einen hohen Stellenwert bei. Aufsichtsrat und Vorstand sehen sich in der Verpflichtung, durch eine verantwortungsbewusste und langfristig ausgerichtete Unternehmensführung für den Bestand des Unternehmens und eine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen. Wir wollen das Vertrauen der Anleger, der Kunden, der Mitarbeiter und der Öffentlichkeit dauerhaft bestätigen.

Im nachfolgenden Kapitel berichtet der Vorstand – zugleich auch für den Aufsichtsrat – gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex über die Corporate Governance bei Leifheit.

Transparenz zugunsten von Aktionären und Öffentlichkeit

Über die wesentlichen wiederkehrenden Termine – wie den Termin der Hauptversammlung oder die Veröffentlichungstermine der Quartalsfinanzberichte – unterrichten wir die Aktionäre, Analysten, Medien sowie die interessierte Öffentlichkeit in unserem Finanzkalender. Dieser ist im Jahresfinanzbericht, in den Quartalsfinanzberichten sowie auf unserer Internetseite veröffentlicht.

Wir informieren zeitnah und regelmäßig über die Lage des Unternehmens, alle wesentlichen geschäftlichen Veränderungen und über die Geschäftsentwicklung sowie über die Finanz- und Ertragslage unseres Unternehmens in den Quartalsfinanzberichten und ausführlich im Jahresfinanzbericht.

Zur Hauptversammlung stellen wir unseren Aktionären alle relevanten Informationen frühzeitig zur Verfügung. Wir veröffentlichen den Jahresfinanzbericht über das abgelaufene Geschäftsjahr zeitnah auf unserer Internetseite. Die Einberufung der Hauptversammlung mit den anstehenden Tagesordnungspunkten und eine Erläuterung der Teilnahmebedingungen wird in der Regel eineinhalb Monate vor dem Hauptversammlungstermin bekannt gemacht. Alle Dokumente und Informationen zur Hauptversammlung stehen auf unserer Internetseite zur Verfügung. Direkt im Anschluss an die Hauptversammlung veröffentlichen wir die Präsenz und die Abstimmungsergebnisse im Internet. Die Anteilseigner können ihr Stimmrecht in der Hauptversammlung entweder selbst ausüben oder durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl oder durch einen weisungsgebundenen Stimmrechtsvertreter von Leifheit ausüben lassen. Weisungen zur Stimmrechtsausübung an den Stimmrechtsvertreter von Leifheit können vor sowie während der Hauptversammlung bis zum Ende der Generaldebatte erteilt werden.

Wir stehen durch unsere Investor Relations-Tätigkeit in enger Verbindung mit unseren Aktionären.

Um größtmögliche Transparenz und gleiche Chancen für alle zu gewährleisten, folgt unsere Unternehmenskommunikation dem Anspruch, die Zielgruppen gleichberechtigt und zeitnah zu informieren. Wir veröffentlichen sämtliche Presse- und Ad-hoc-Mitteilungen der Leifheit AG, Präsentationen zu Presse- und Analystenkonferenzen sowie zur Hauptversammlung auf unserer Internetseite.

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten im Unternehmensinteresse eng zusammen. Gemeinsames Ziel ist es, für den Bestand des Unternehmens und seine nachhaltige Wertschöpfung zu sorgen.

Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben besteht bei der Leifheit AG ein duales Führungssystem, das durch eine personelle Trennung zwischen dem Leitungs- und dem Überwachungsorgan gekennzeichnet ist. Der Vorstand leitet die Gesellschaft in eigener Verantwortung und im Unternehmensinteresse, entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens, stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für deren Umsetzung. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand und ist in Entscheidungen, die von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen sind, unmittelbar eingebunden. Dem Aufsichtsrat gehören von der Hauptversammlung gewählte Mitglieder sowie Arbeitnehmervertreter an. Der Aufsichtsrat bestellt die Vorstandsmitglieder. Grundlegende Entscheidungen benötigen seine Zustimmung.

Nach der Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex gehört kein ehemaliges Vorstandsmitglied dem Aufsichtsrat der Leifheit AG an. Ferner prüft der Aufsichtsrat die Unabhängigkeit seiner Mitglieder.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über die Geschäftspolitik sowie alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen werden dabei erläutert und begründet. Für bedeutende Geschäftsvorgänge legt die Satzung der Leifheit AG Zustimmungsvorbehalte des Aufsichtsrats fest.

Die Gesellschaft hat für die Mitglieder des Vorstands unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (D&O-Versicherung) mit einem angemessenen Selbstbehalt abgeschlossen. Für die Mitglieder des Aufsichtsrats ist eine D&O-Versicherung ohne Selbstbehalt vereinbart.

Angemessenes Kontroll- und Risikomanagementsystem

Zu einer guten Corporate Governance gehört auch der verantwortungsbewusste Umgang des Unternehmens mit Risiken. Der Vorstand stellt ein angemessenes Risikomanagement im Unternehmen sicher. Das systematische Risikomanagement sorgt dafür, dass Risiken frühzeitig erkannt, beurteilt und kontrolliert werden können. Über die bestehenden Risiken und deren Entwicklung wird der Aufsichtsrat vom Vorstand regelmäßig unterrichtet. Mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontroll-, Risikomanagement- und Revisionssystems sowie der Überwachung der Abschlussprüfung befasst sich regelmäßig der vom Aufsichtsrat eingesetzte Prüfungsausschuss.

Abschlussprüfung

Der Konzernabschluss wird nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der gesetzlich vorgeschriebene und für die Dividendenzahlung maßgebliche Einzelabschluss der Leifheit AG wird nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuchs erstellt. Mit den Wirtschaftsprüfern der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, haben wir vereinbart, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrats über während der Prüfung auftretende mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe sofort unterrichtet wird, soweit diese nicht unverzüglich beseitigt werden. Der Abschlussprüfer soll 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 vom Vorstand nach § 161 AktG abgegebenen Entsprechenserklärung ergeben.

Vergütungsbericht

Der nachfolgende Vergütungsbericht ist Bestandteil des Lageberichts. Er beschreibt unter anderem die Grundzüge des Vergütungssystems für den Vorstand:

■ Leistungsbezogene Vergütung für den Vorstand

Für die Festlegung der individuellen Vorstandsvergütung ist das Aufsichtsratsplenium 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 in einem Fall einer längerfristigen variablen Vergütung zusammensetzen.

Die feste jährliche Grundvergütung, die monatlich ausgezahlt 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. Die jährliche variable Vergütung bemisst sich am EBT des Leifheit-Konzerns und wird nach Feststellung des Jahresabschlusses ausgezahlt. Die langfristige variable Vergütung bemisst sich am EBT der Jahre 2011 und 2012 des Leifheit-Konzerns. Eine Begrenzung ist in den aktuellen Vorstandsverträgen festgelegt. Ein Vorstandsvertrag enthält eine mehrjährige Bemessungsgrundlage.

Die Mitglieder des Vorstands erhalten in Einzelfällen neben der Vergütung ihrer Tätigkeit als Vorstand der Leifheit AG auch Vergütungen für die Geschäftsführungs- und Verwaltungsratsstätigkeiten in Tochtergesellschaften.

Es existieren keine Aktienoptionsprogramme oder ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme.

Nebenleistungen, die über Firmenwagennutzung und Reisekostenentschädigung 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. Die Vorstandsverträge enthalten keine „Change of Control“-Klausel.

Die Hauptversammlung der Leifheit AG hat am 24. Mai 2006 beschlossen, auf die Offenlegung der individualisierten Vorstandsvergütungen für fünf Jahre, beginnend mit dem Geschäftsjahr 2006, zu verzichten. Für das zurückliegende Geschäftsjahr betrug die Vergütung der aktiven Vorstandsmitglieder insgesamt 1.785 T €. Davon entfielen 1.210 T € auf variable Bezüge. Die Mitglieder des Vorstands haben Bezüge in Höhe von 100 T € für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochtergesellschaften erhalten. Zum 31. Dezember 2010 wurden keine Zuführungen zu den Pensionsverpflichtungen (Defined Benefit Obligation nach IFRS) gegenüber aktiven Mitgliedern des Vorstands vorgenommen.

■ Vergütung des Aufsichtsrats

Die Vergütung des Aufsichtsrats wird durch die Satzung der Leifheit AG geregelt. Sie trägt – entsprechend den gesetzlichen Vorschriften und den Vorgaben des Kodex – der Verantwortung und dem Tätigkeitsumfang der Aufsichtsratsmitglieder sowie dem Erfolg der Gesellschaft Rechnung. Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten neben einer festen auch eine variable, erfolgsabhängige Vergütung, die abhängig von der Dividende ist.

Fixe Vergütung: Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten neben dem Ersatz ihrer Auslagen, zu denen auch die auf ihre Bezüge entfallende Umsatzsteuer gehört, für jedes Geschäftsjahr eine feste Vergütung von 15 T €.

Variable Vergütung: Daneben erhalten die Aufsichtsratsmitglieder für jedes Geschäftsjahr eine variable Vergütung in Höhe von 100 € je 0,01 € Dividende, die je Aktie für das abgelaufene Geschäftsjahr an die Aktionäre ausgeschüttet wird.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Dreifache, sein Stellvertreter das 1,5-Fache der Vergütung.

Jedes Aufsichtsratsmitglied erhält für seine Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats zusätzlich 25 Prozent der festen Vergütung eines Mitglieds im Aufsichtsrat. Der Vorsitzende eines Ausschusses erhält das Doppelte. Mitglieder des Aufsichtsrats, die nur während eines Teils des Geschäftsjahres dem Aufsichtsrat oder einem Ausschuss angehört haben, erhalten für jeden angefangenen Monat ihrer Tätigkeit eine zeitanteilige Vergütung. Die festen Vergütungen werden im Dezember des Geschäftsjahres ausgezahlt, die variablen Vergütungen am Tag der Hauptversammlung, die über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das jeweils abgelaufene Geschäftsjahr entscheidet.

Die Bezüge des Aufsichtsrats, die im Geschäftsjahr 2010 als Aufwand erfasst wurden, beliefen sich auf 243 T € und unterteilen sich gemäß Ziffer 5.4.6 DCGK wie folgt:

T €	Fix	Variabel	Ausschuss
Helmut Zahn	45,0	30,0	11,3
Dr. Robert Schuler-Voith	22,5	15,0	11,3
Dieter Metz	15,0	10,0	–
Karsten Schmidt	15,0	10,0	3,8
Thomas Standke	15,0	10,0	–
Dr. Friedrich M. Thomée	15,0	10,0	3,8

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

Vermeidung von Interessenskonflikten

Interessenskonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die den Aufsichtsrat unverzüglich offenzulegen sind, traten nicht auf.

Meldepflichtige 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 AG 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. Die der Leifheit AG zugegangenen Meldungen für das Geschäftsjahr 2010 sind auf der Internetseite veröffentlicht.

Der Gesamtbesitz aller Vorstandsmitglieder an Aktien der Leifheit AG betrug am 31. Dezember 2010 insgesamt 23.000 Stück. Die Mitglieder des Aufsichtsrats hielten direkt und indirekt am 31. Dezember 2010 insgesamt 2.386.646 Stückaktien der Leifheit AG, hiervon entfallen auf Aktien, die Herrn Dr. Robert Schuler-Voith zuzurechnen sind, 2.367.249 Stückaktien.

Die von den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern wahrgenommenen Mandate in gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten bzw. vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen können der Seite 127 des Konzern-Jahresfinanzberichts entnommen werden. Kein Vorstandsmitglied nimmt Aufsichtsratsmandate in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften wahr. Im Berichtsjahr gab es keine angabepflichtigen Beziehungen oder Geschäfte zu nahestehenden Unternehmen und Personen.

Ziele des Aufsichtsrats hinsichtlich seiner Zusammensetzung

Der Aufsichtsrat hat im September 2010 konkrete Ziele für die künftige Zusammensetzung des Aufsichtsrats festgelegt:

- Jedes Aufsichtsratsmitglied muss die gesetzlichen und satzungsmäßigen Voraussetzungen für eine Mitgliedschaft im Aufsichtsrat erfüllen.
- Jedes Aufsichtsratsmitglied muss über die zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung der ihm gesetzlich und satzungsmäßig obliegenden Aufgaben erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen.
- Potentielle Interessenskonflikte muss jedes Aufsichtsratsmitglied unverzüglich offenlegen.
- Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein unabhängiges Mitglied mit Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung oder Abschlussprüfung angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein Mitglied mit juristischem Sachverstand angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein Mitglied mit Sachverstand auf dem Gebiet der Konsumgüterwirtschaft bzw. eines Markenartiklers auch im internationalen Umfeld angehören.
- Dem Aufsichtsrat sollte mindestens ein Mitglied mit Sachverstand auf dem Gebiet der Betriebswirtschaftslehre angehören.
- 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.
- Dem Aufsichtsrat der Leifheit AG sollte mindestens eine Frau angehören.

Bis auf die Beteiligung von Frauen sind alle Ziele realisiert.

Entsprechenserklärung nach § 161 Abs. 1 AktG

Auch im Geschäftsjahr 2010 haben sich Vorstand und Aufsichtsrat mit der Erfüllung der Kodexvorgaben befasst, insbesondere mit den von der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex am 26. Mai 2010 beschlossenen Änderungen. Auf Basis dieser Beratungen haben Vorstand und Aufsichtsrat im Dezember 2010 die Entsprechenserklärung nach § 161 Abs. 1 AktG abgegeben, deren Wortlaut im Konzern-Jahresfinanzbericht unter der Rubrik „Erklärung zur Unternehmensführung“ (ab Seite 35) abgedruckt ist.

Die Entsprechenserklärungen nach § 161 Abs. 1 AktG sowie die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB sind auf unserer Internetseite dauerhaft zugänglich.

Erklärung zur Unternehmensführung

Diese Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB beinhaltet unsere Entsprechenserklärung zum Corporate Governance Kodex, die Erläuterung unserer Unternehmensführungspraktiken sowie die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen.

Entsprechenserklärung nach § 161 Abs. 1 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2010 die folgende Entsprechenserklärung nach § 161 Abs. 1 AktG abgegeben:

■ Selbstbehalt bei D&O-Versicherungen (Ziffer 3.8)

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, in D&O-Versicherungen, die ein Unternehmen für den Vorstand abschließt, einen Selbstbehalt von mindestens 10 Prozent des Schadens bis mindestens zur Höhe des Eineinhalbfachen der festen jährlichen Vergütung des Vorstandsmitglieds zu vereinbaren.

Die bestehende D&O-Versicherung sah bislang keinen Selbstbehalt für Vorstandsmitglieder vor. Die Umstellung der bestehenden D&O-Versicherung gemäß den vorgenannten Empfehlungen ist zum 1. Juli 2010 erfolgt.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt ferner, in D&O-Versicherungen, die ein Unternehmen für den Aufsichtsrat abschließt, einen entsprechenden Selbstbehalt zu vereinbaren.

Dieser Empfehlung wurde und wird nicht entsprochen. Die bestehende D&O-Versicherung für den Aufsichtsrat sah und sieht keinen Selbstbehalt vor. Die Leifheit AG ist der Ansicht, dass eine Erhöhung der Verantwortungsbereitschaft, mit der Aufsichtsrats-

mitglieder ihre Aufgaben wahrnehmen, durch einen Selbstbehalt bei der D&O-Versicherung nicht erreicht werden kann. Die Leifheit AG plant dahingehend keine Änderung des D&O-Versicherungsvertrages für den Aufsichtsrat.

■ Vergütung von Vorstandsmitgliedern (Ziffer 4.2.3)

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass variable Vergütungsteile grundsätzlich eine mehrjährige Bemessungsgrundlage haben und dass bei deren Ausgestaltung sowohl positiven als auch negativen Entwicklungen Rechnung getragen werden soll.

Da der Vertrag eines aktuellen Vorstands schon vor dieser Empfehlung bestanden hat, wurde und wird dieser Empfehlung aktuell nicht bei allen Vorstandsverträgen entsprochen. Aufgrund der engen Zusammenarbeit zwischen Aufsichtsrat und Vorstand in der strategischen Ausrichtung des Unternehmens sowie bei allen Geschäften mit grundlegender Bedeutung kann sichergestellt werden, dass Vorstandsmitglieder keine unangemessenen Risiken eingehen, auch wenn die erfolgsabhängigen variablen Vergütungsbestandteile nicht grundsätzlich eine mehrjährige Bemessungsgrundlage haben. Bei zukünftig abzuschließenden Vorstandsverträgen werden die variablen Vergütungsanteile mehrjährige Bemessungsgrundlagen haben.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt weiter, die Berechnung des Abfindungs-Caps auf die Gesamtvergütung des abgelaufenen Geschäftsjahres und ggf. auch auf die voraussichtliche Gesamtvergütung für das laufende Geschäftsjahr abzustellen.

Dieser Empfehlung wurde und wird nicht entsprochen. Wir sind der Ansicht, dass die in einem

Vorstandsvertrag vereinbarte Erweiterung der Bemessungsgrundlage des Abfindungs-Caps auf die dem Ausscheiden vorangegangenen zwei Jahre zur Objektivierung der Abfindungshöhe beiträgt.

■ Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats (Ziffer 5.3.3)

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass der Aufsichtsrat einen Nominierungsausschuss bildet, der dem Aufsichtsrat für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung geeignete Kandidaten vorschlägt.

Dieser Empfehlung wurde und wird nicht entsprochen. Aufgrund der Größe der Gesellschaft, der geringen Anzahl an Aufsichtsratsmitgliedern und der Kontinuität in der Besetzung des Aufsichtsrats ist ein gesonderter Nominierungsausschuss nicht notwendig.

■ Wahlen von Aufsichtsratsmitgliedern (Ziffer 5.4.3)

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, Wahlen zum Aufsichtsrat als Einzelwahl durchzuführen, Anträge auf gerichtliche Bestellung eines Aufsichtsratsmitglieds bis zur nächsten Hauptversammlung zu befristen und Kandidatenvorschläge für den Aufsichtsratsvorsitz den Aktionären bekannt zu geben.

Diesen Empfehlungen wurde und wird nicht entsprochen. Zur Sicherstellung eines effizienten Ablaufs der Hauptversammlung soll dem Versammlungsleiter die Möglichkeit erhalten bleiben, die Abstimmung zur Wahl der Aufsichtsratsmitglieder als Block- oder Listenwahl durchzuführen. Weiterhin soll die Möglichkeit erhalten bleiben, die gerichtliche Bestellung eines Aufsichtsratsmitglieds bis zur nächsten turnusgemäßen Wahl der Aufsichtsratsmitglieder bestehen zu lassen. Der Aufsichtsratsvorsitzende der Leifheit AG wird in der konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats direkt im Anschluss an die Hauptversammlung, die über die Wahl der Aufsichtsratsmitglieder entscheidet, gewählt. Eine Bekanntgabe der Kandidatenvorschläge ist daher zeitlich nicht möglich.

■ Rechnungslegung (Ziffer 7.1.2)

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt, dass Halbjahres- und etwaige Quartalsfinanzberichte vom Aufsichtsrat oder seinem Prüfungsausschuss vor der Veröffentlichung mit dem Vorstand erörtert werden sowie dass der Konzernabschluss binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende öffentlich zugänglich gemacht wird.

Diesen Empfehlungen wurde und wird nicht entsprochen. Wir sind der Ansicht, dass es ausreichend ist, wenn der Halbjahresfinanzbericht und die Quartalsfinanzberichte vor der Veröffentlichung vom Aufsichtsratsvorsitzenden und dem Vorstand erörtert werden. Aus terminlichen Gründen wird der Konzernabschluss 2010 voraussichtlich erst im April 2011 veröffentlicht.

Die Entsprechenserklärung vom Dezember 2010 sowie die Entsprechenserklärungen der Vorjahre sind auf unserer Internetseite dauerhaft zugänglich.

Unternehmensführungspraktiken

Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist für uns unverzichtbares Element der unternehmerischen Kultur. Hierzu gehört auch die Integrität im Umgang mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Aktionären und der Öffentlichkeit, die durch vorbildliches Verhalten zum Ausdruck kommt.

Als Markenunternehmen ist Leifheit darauf angewiesen, durch untadeliges Verhalten das Vertrauen der Kunden und Geschäftspartner zu gewinnen und zu erhalten. Ziel ist es, glaubhaft, seriös und zuverlässig zu handeln und entsprechend aufzutreten. Für eine erfolgreiche Zukunft brauchen wir Orientierung.

Wir verstehen deshalb unter Compliance die Einhaltung von Recht, Gesetz und Satzung, die Einhaltung der internen Regelwerke sowie der freiwillig eingegangenen Selbstverpflichtungen.

Wir haben in unserem Unternehmensleitbild das Selbstverständnis der Leifheit-Gruppe beschrieben. Es stellt die wirtschaftlichen und sozialen Ziele dar und prägt unsere Unternehmenskultur:

- Wir konzentrieren unsere Kräfte auf die Geschäftsfelder Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.
- Wir handeln kundenorientiert in allen Bereichen unseres Unternehmens.
- Wir sichern unseren Erfolg durch ständige Innovation.
- Wir pflegen unsere Marken und steigern deren Wert.
- Wir handeln wirtschaftlich und bekennen uns zum Gewinn. Dieser hat Vorrang vor dem Umsatz.
- Wir räumen der wirtschaftlichen Unabhängigkeit einen hohen Stellenwert ein.
- Wir bekennen uns zur Leistung, würdigen diese und übernehmen Verantwortung.
- Wir verpflichten uns zu einem achtungsvollen und offenen Umgang miteinander.
- Wir pflegen zum gegenseitigen Vorteil Partnerschaften mit unseren Lieferanten.
- Wir berücksichtigen bei unternehmerischen Entscheidungen die Belange der Umwelt.

Weiter verpflichten wir seit 2009 mit dem „Leifheit Social Code of Conduct“ unsere Lieferanten auf sozial verantwortungsvolles Verhalten gegenüber ihren Mitarbeitern sowie auf ökologisch verträgliche Materialien und Produktionsverfahren.

Beschreibung von Arbeitsweise und Zusammensetzung von Vorstand, Aufsichtsrat und Ausschüssen

Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten eng und vertrauensvoll im Interesse der Leifheit AG zusammen. Der Vorstand leitet die Gesellschaft, führt deren Geschäfte. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand und ist in Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen unmittelbar eingebunden. Vorstand und Aufsichtsrat stehen in regelmäßigem Gedankenaustausch. So informiert der Vorstand den Aufsichtsrat laufend über die Geschäftsentwicklung, die Unternehmensplanung, die Risikolage und die Umsetzung der Strategie. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen werden erläutert und begründet. Die strategische Ausrichtung der Gesellschaft stimmt der Vorstand mit dem Aufsichtsrat ab. Der Vorstand nimmt in der Regel an den Sitzungen des Aufsichtsrats teil, berichtet schriftlich und mündlich zu den einzelnen Tagesordnungspunkten und Beschlussvorlagen und beantwortet die Fragen der Aufsichtsratsmitglieder.

Vorstand

Der Vorstand ist als Leitungsorgan des Konzerns dem Unternehmensinteresse verpflichtet und orientiert sich dabei an der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts. Er legt die Grundsätze der Unternehmenspolitik fest und ist außerdem für die strategische Ausrichtung des Unternehmens, die Planung und Feststellung des Unternehmensbudgets, die Ressourcenallokation sowie die Kontrolle der Geschäftsführung der Bereiche verantwortlich. Der Vorstand ist für die Erstellung der Quartalsabschlüsse sowie der Jahresabschlüsse der Leifheit AG und des Konzerns zuständig und beruft die Hauptversammlung ein. Er arbeitet eng mit dem Aufsichtsrat zusammen und informiert ihn regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle relevanten Fragen der Strategie und Strategieumsetzung, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Finanz- und Ertragslage sowie über unternehmerische Risiken.

Der Vorstand hat eine Geschäftsordnung, die Details der Geschäftsführung und die Zusammenarbeit des Vorstands regelt. Die Zuständigkeit der Vorstandsmitglieder ist im Geschäftsverteilungsplan geregelt. Der Vorstandsvorsitzende ist verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing, Entwicklung, Recht/Patente und Revision. Der Finanzvorstand ist verantwortlich für Finanzen, Controlling, Personal, IT/Geschäftsprozesse, Einkauf, Operations und Qualitätsmanagement. Der Vorstand hat keine Ausschüsse gebildet.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat setzt sich gemäß Aktiengesetz und dem deutschen Drittelbeteiligungsgesetz in Verbindung mit der Satzung der Leifheit AG aus vier Vertretern der Anteilseigner und zwei Vertretern der Arbeitnehmer zusammen.

Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte. In regelmäßigen Abständen erörtert der Aufsichtsrat die Geschäftsentwicklung und Planung sowie die Strategie und deren Umsetzung. Er prüft und verabschiedet den Jahresabschluss der Leifheit AG und des Konzerns unter Berücksichtigung der Prüfungsberichte des Abschlussprüfers und der Prüfungsergebnisse des Prüfungsausschusses. In seinen Aufgabenbereich fällt außerdem die Bestellung der Vorstandsmitglieder. Wesentliche Vorstandsentscheidungen sind an seine Zustimmung gebunden.

Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit des Aufsichtsratsgremiums und leitet dessen Sitzungen. Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats regelt die Aufgaben, Rechte und Pflichten des Aufsichtsrats sowie Wahl-, Sitzungs- und Beschlussmodalitäten, die Teilnahme des Vorstands an den Sitzungen, die Sitzungsniederschriften, Sorgfaltspflicht und Geheimhaltung sowie die Ausschüsse.

Ausschüsse

Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats sieht die Bildung eines Personalausschusses vor und räumt die Möglichkeit ein, weitere Ausschüsse zu bilden. Der Aufsichtsrat hat neben dem Personalausschuss einen Prüfungsausschuss (Audit Committee) gebildet. Die Aufgaben und Verantwortlichkeiten beider Ausschüsse stimmen mit den Anforderungen des Kodex überein.

Der Prüfungsausschuss umfasst drei Vertreter der Anteilseigner. Er befasst sich vornehmlich mit Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements, der Beauftragung des Abschlussprüfers und dessen Unabhängigkeit, der Bestimmung der Prüfungsschwerpunkte und der Vereinbarung des Abschlussprüfungshonorars. Gemeinsam mit dem Abschlussprüfer erörtert und prüft der Prüfungsausschuss die vom Vorstand aufgestellten Jahresabschlüsse des Unternehmens. Auf der Grundlage des Berichts des Abschlussprüfers über die Prüfung der Jahresabschlüsse macht er Vorschläge zur Feststellung des Jahresabschlusses und Billigung des Konzernabschlusses durch den Aufsichtsrat. Weiterhin überwacht der Prüfungsausschuss die Abschlussprüfung, den Rechnungslegungsprozess, die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems, des Risikomanagementsystems und des internen Revisionsystems.

Der Personalausschuss bereitet die Personalentscheidungen des Aufsichtsrats vor. Dies sind insbesondere Beschlüsse über Anstellungsverträge mit den Mitgliedern des Vorstands und die regelmäßige Überprüfung der Vorstandsvergütungen. Zudem berät er über die langfristige Nachfolgeplanung für den Vorstand.

Die Leifheit-Aktie

Positives Börsenjahr 2010

Obwohl das Marktumfeld für Aktien zu Beginn des Jahres 2010 noch von Volatilität und Unsicherheit geprägt war, endete das Börsenjahr mit einem deutlichen Kursplus. Nach dem starken Anstieg des Vorjahres gingen die Kurse am Jahresanfang zunächst leicht zurück, erholten sich dann aber wieder. Ab Ende April dominierten die Schuldenkrise der Euro-Peripheriestaaten und die geldpolitische Lockerung in den USA die Entwicklung an den Börsen. Bis zum Herbst bewegten sich die Kurse seitwärts - noch Anfang September lag der deutsche Leitindex DAX auf dem Niveau vom Jahresbeginn. Dann aber trieben positive Unternehmensnachrichten und die unerwartet gute Konjunktur in Deutschland den DAX nach oben. Er schloss bei 6.914 Punkten und kletterte damit auf Jahressicht um satte 16 Prozent. Damit entwickelte sich der DAX deutlich besser als die Indizes anderer europäischer Börsen. In London legte der Leitindex um elf Prozent zu, in Paris verlor er zwei Prozent und in Madrid sank er sogar um 17 Prozent.

Auch die weiteren deutschen Börsensegmente entwickelten sich positiv: Der MDAX legte mit einem Plus von 34 Prozent deutlich mehr zu als der DAX. Noch besser schnitt der SDAX ab, der sogar um 43 Prozent kletterte. Der TecDax brachte es immerhin auf ein Plus von 4 Prozent.

Aktienexperten erwarten für 2011 eine deutlich differenzierte Entwicklung an den Börsen, die stark von politischen Entwicklungen, aber auch von der internationalen Konjunktur bestimmt sein wird. Eine wichtige Rolle für die Börsenentwicklung 2011 spielen dabei die anhaltenden Staatsschuldenkrisen in einigen europäischen Ländern, geopolitische Risiken, die Gefahr einer Immobilienblase in China, eine möglicherweise im Jahresverlauf anziehende Inflation und daraus resultierend ansteigende Rohstoffpreise. In der ersten Jahreshälfte werden weiter steigende Kurse erwartet, da der Aufschwung in vielen Regionen angekommen ist. Auch in Deutschland erstarbt die Binnenkonjunktur.

Kennzahlen der Leifheit-Aktie in € je Stück	2006	2007	2008	2009 veröffentlicht	2009 angepasst ⁶⁾	2010
Anzahl Aktien (in Tausend Stück) ¹⁾	4.759	4.760	4.760	4.750	4.750	4.750
Höchstkurs ²⁾	29,00	22,00	15,46	14,82	14,82	19,49
Tiefstkurs ²⁾	20,40	13,25	6,17	5,20	5,20	14,00
Kurs zum Jahresende ²⁾	21,99	14,25	6,45	13,94	13,94	18,00
Periodenergebnis ¹⁾⁷⁾	0,95	-0,67	0,09	0,66	-0,06	1,15
Dividende	0,60	–	0,60	0,60	0,60	1,00³⁾
Sonderdividende	–	–	–	2,40 ⁴⁾	2,40 ⁴⁾	2,00³⁾
Cashflow ¹⁾	1,08	3,00	0,35	9,23	–	2,52
Eigenmittel ⁵⁾	21,81	20,70	20,51	20,63	18,23	18,36

¹⁾ ohne zurückgekauft eigene Aktien

²⁾ Xetra-Kurse

³⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

⁴⁾ Beteiligung der Aktionäre am Veräußerungserlös des Unternehmensbereichs Bad

⁵⁾ ohne die zur Ausschüttung vorgeschlagenen Beträge und ohne Gewinnanteile Minderheitsgesellschafter

⁶⁾ Anpassung aufgrund des Verkaufs des Badbereichs und der neuen Segmenteinteilung in Marken- und Volumengeschäft

⁷⁾ ab 2009 bezogen auf das fortzuführende Geschäft

Xetra-Schlusskurse in €

1. Januar 2010 – 31. Dezember 2010



Doch die Dynamik der Weltwirtschaft dürfte im Jahresverlauf nachlassen, obwohl ein gesundes, sich selbst tragendes Wachstum sich noch nicht wieder eingestellt hat – was für die Aktienmärkte Risiken impliziert.

Das deutsche Bruttoinlandsprodukt dürfte 2011 um 2 bis 2,5 Prozent zulegen. Die Prognosen setzen eine anhaltend positive Entwicklung der Weltwirtschaft, ein Erstarren der Binnennachfrage und weiteren Rückgang der Arbeitslosigkeit voraus. Außerdem basieren sie auf weiterhin niedrigen Zinsen und guten Unternehmensergebnissen.

Leifheit-Aktie legte um 28 Prozent zu

Nach ihrem Jahrestief von 14,00 € (Xetra) im Februar 2010 entwickelte sich die Leifheit-Aktie bis weit in den Sommer hinein deutlich besser als der Vergleichsindex

SDAX. Nach einer Kursanpassung im dritten Quartal erreichte die Aktie Ende Oktober ihren Jahreshöchstkurs von 19,49 €. Sie schloss zum Jahresresultimo mit 18,00 € und kletterte damit binnen Jahresfrist insgesamt um 28 Prozent.

Das Handelsvolumen der Leifheit-Aktie stieg im Gesamtjahr 2010 auf durchschnittlich 3.565 Aktien am Tag (Vorjahr: 2.312 Aktien am Tag). Damit wurde die Liquidität unserer Aktie erneut deutlich erhöht. Unser Ziel ist, mit Hilfe unseres Designated Sponsors die Liquidität der Leifheit-Aktie weiterhin zu sichern, so dass ein fortlaufender Handel für den Aktionär jederzeit gewährleistet ist und damit die Attraktivität unserer Aktie weiter steigt.

Die Marktkapitalisierung der Leifheit AG lag zum Jahresende bei rund 90 Mio €.

Dividende: Erneut Sonderausschüttung vorgeschlagen

Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung und der sehr guten Liquiditätssituation des Unternehmens haben Vorstand und Aufsichtsrat beschlossen, der am 26. Mai 2011 stattfindenden Hauptversammlung eine Dividendenerhöhung auf 1,00 € je Aktie sowie eine Sonderdividende in Höhe von 2,00 € je Aktie vorzuschlagen. Im Vorjahr waren zusätzlich zur Dividende in Höhe von 0,60 € je Aktie 2,40 € Sonderausschüttung bezahlt worden.

Trotz der geplanten Ausschüttung bleibt die Liquiditätsausstattung des Unternehmens weiterhin auf sehr hohem Niveau.

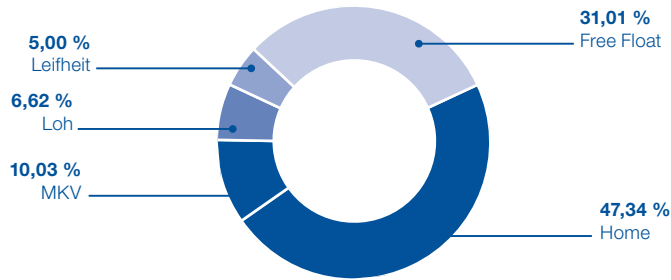
Die Dividendenausschüttung der Leifheit AG (ISIN DE 0006464506) richtet sich nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der Leifheit AG ausgewiesenen Bilanzgewinn. Der Bilanzgewinn der Leifheit AG aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 beträgt 19.280.376,16 €.

Rückkauf eigener Aktien

Auf der Hauptversammlung am 9. Juni 2010 wurde der Vorstand erneut ermächtigt, eigene Aktien bis zu 10 Prozent des Grundkapitals von 15 Mio € zu erwerben. Diese Ermächtigung ist bis zum 8. Juni 2015 befristet.

Die Leifheit AG hielt zum Jahresende 2010 einen Bestand von 250.124 Anteilen (entsprechend 5,002 Prozent des Aktienkapitals). Hierfür wurden insgesamt 7.685 T € aufgewendet, was im Durchschnitt 30,72 € je Aktie einschließlich der Nebenkosten entspricht.

Die Leifheit-Aktie	Stammdaten
ISIN	DE0006464506
Börsenkürzel	LEI (Stammaktie)
Handelssegment	Prime Standard
Branche	Consumer
Gattung	Nennwertlose Inhaber-Stammaktie
Börsenplätze	XETRA, Frankfurt, Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Hannover, Stuttgart
Designated Sponsor	Close Brothers Seydler Bank AG
Aufnahme der Börsennotierung	3. Oktober 1984



Aktionärsstruktur

Meldepflichtige Anteile am Aktienkapital unseres Unternehmens von mehr als 5 Prozent werden von folgenden Aktionären gehalten:

- Home Beteiligungen GmbH, München 47,34 %
- MKV Verwaltungs GmbH, München 10,03 %
- Joachim Loh, Haiger 6,62 %
- Leifheit AG, Nassau 5,00 %

Der Free Float (Streubesitz) beträgt somit 31,01 Prozent.

Investor-Relations – im Dialog mit dem Anleger

Den Dialog mit unseren Investoren sehen wir als wichtige Aufgabe an. Dabei ist es unser Prinzip, allen Interessenten – auch im Sinne des Corporate Governance Kodex – umfassend, zeitnah und transparent vollständige Informationen zur Verfügung zu stellen. Diesem Gleichbehandlungsprinzip werden wir vor allem über unsere Internetseite gerecht, die kontinuierlich aktualisiert wird. Unter „www.leifheit.de/de/InvestorRelations.htm“ können Interessenten alle Finanzberichte, Analystenbewertungen, Präsentationen, Aktiencharts, Kennzahlen und vieles mehr in deutscher und englischer Sprache zeitnah abrufen. Darüber hinaus bietet die Homepage eine Vielzahl von Möglichkeiten, die Leifheit AG mit ihren Marken und Produkte detailliert kennenzulernen.

Viele Privatanleger nutzten unsere Hauptversammlung am 9. Juni 2010, um sich von Vorstand und Aufsichtsrat der Leifheit AG umfassend über die Geschäftsentwicklung informieren zu lassen. Zudem standen unsere jährliche Analystenkonferenz, die Bilanzpressekonferenz und die Präsentation auf dem Eigenkapitalforum in Frankfurt wieder im Mittelpunkt unserer IR-Aktivitäten.

Unsere Präsenz auf der Internationalen Konsumgütermesse Ambiente 2010 in Frankfurt haben wir erneut dazu genutzt, um im Rahmen einer Pressekonferenz der Fach- und Wirtschaftspresse und den Analysten unsere neuen Produkte und Konzepte vorzustellen und sie über die wirtschaftliche Situation unseres Unternehmens zu informieren.

Der Vorstand erläuterte darüber hinaus in einer Vielzahl von Einzelgesprächen (One-on-ones) die Strategie und den Geschäftsverlauf und stand Medienvertretern, Investoren und Analysten kontinuierlich Rede und Antwort.

Die Empfehlungen von Finanzanalysten sind sowohl für institutionelle Investoren als auch für Privatanleger eine wichtige Entscheidungsgrundlage. Derzeit berichten zwei Häuser regelmäßig über die aktuellen Entwicklungen der Leifheit AG: das Bankhaus Lampe KG und GSC Research. Die Urteile der Analysten sind durchweg positiv und lauteten einstimmig auf „Kauf“, zuletzt mit einer Kurserwartung um 20 € auf Jahressicht.

Konzernlagebericht

für das Geschäftsjahr 2010

Inhalt	Seite
Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur	44
Wirtschaftliches Umfeld	48
Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	49
Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	57
Nachhaltigkeit	60
Chancen und Risiken	62
Nachtragsbericht	66
Prognosebericht	67

Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur

Geschäftstätigkeit

Der Leifheit-Konzern ist ein europäischer Markenanbieter von Produkten für ausgewählte Lebensbereiche im Haushalt. Die Produkte des Leifheit-Konzerns werden sowohl an Produktionsstätten in Deutschland als auch in ausgewählten Ländern Europas und Asiens hergestellt. Sie werden unter verschiedenen Marken vertrieben: Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle sind die drei zentralen Marken des Unternehmens; der Konzern subsumiert die Produkte dieser Marken unter dem sogenannten Markengeschäft. Daneben steht das Volumengeschäft. Hierzu zählt neben den französischen Töchtern Birambeau und Herby auch das Projektgeschäft.

Leifheit vertreibt seine Produkte vorwiegend im europäischen Raum, aber auch in den USA und in Asien. Der Vertrieb erfolgt vor allem über die Belieferung großer Handelsketten bzw. des Großhandels.

Veränderung in den Konzernstrukturen

Um das Leifheit-Profil weiter zu schärfen, hat sich Leifheit im zweiten Quartal 2010 vom Unternehmensbereich Bad mit den Marken Spirella, Kleine Wolke und Meusch getrennt. Damit konzentrieren wir uns nun vollständig auf das Haushaltswarengeschäft.

In einem ersten Schritt haben wir Anfang Juni zunächst die Spirella-Gruppe an die schweizerische Beteiligungsgesellschaft Cross, Zürich, verkauft. Ende Juni erfolgte der Verkauf von Kleine Wolke und Meusch an die Possehl Mittelstandsbeteiligungen, Lübeck. Dabei haben wir im Interesse der Belegschaft von Anfang an Käufer gesucht, die das Geschäft fortsetzen und weiter ausbauen wollen, so dass die Arbeitsplätze der betroffenen Mitarbeiter erhalten bleiben. Dieses Ziel haben wir mit den neuen Eigentümern auch erreicht.

Mit dem Verkauf des Badbereichs hat Leifheit konsequent zwei zentrale strategische Ziele realisiert:

- Leifheit fokussiert sich jetzt ausschließlich auf das Geschäft mit Haushaltswaren, das heißt auf die Geschäftsfelder Reinigen, Wäschepflege, Küche und Waagen. Diese Bereiche haben für unser Unternehmen bislang die größten Erfolge erwirtschaftet und versprechen auch langfristig attraktivere Erträge.
- Unsere Kräfte und Finanzmittel setzen wir nun uneingeschränkt zur Realisierung einer umfassenden Wachstumsstrategie ein. Ziel ist in erster Linie ein starkes organisches Wachstum, aber gegebenenfalls auch strategisch passende Zukäufe. Eine international ausgerichtete, fokussierte Vertriebsstrategie und die Stärkung unserer profilierten Marken bringen unser Unternehmen weiter nach vorne. Davon profitieren im Ergebnis alle: von den Mitarbeitern bis zu den Aktionären.

Der Verkauf des Badbereichs erfordert gemäß den internationalen Bilanzierungsvorschriften des IFRS, dass das Geschäft aus diesem Bereich als „nicht fortzuführendes Geschäft“ in der Gesamtergebnisrechnung in einer Zeile separat ausgewiesen wird („Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft“).

Das „fortzuführende Geschäft“, das den ehemaligen Unternehmensbereich Haushalt sowie den ehemals nicht allozierbaren Bereich (Aufwendungen für die Konzernfunktionen) enthält, wird im Detail dargestellt. Die einzelnen Positionen in der Gesamtergebnisrechnung bis zu „Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft“ enthalten folglich nur noch die verbliebenen Unternehmensbereiche des Marken- und Volumengeschäfts. Die Vorjahreszahlen sind vergleichbar dargestellt. Dadurch sind die aktuellen Kennzahlen mit den im Vorjahr publizierten Zahlen nur eingeschränkt vergleichbar, da diese den Badbereich noch enthielten (siehe Überleitungstabelle auf Seite 93).

Die Bilanz zum 31. Dezember 2010 enthält nicht mehr den entkonsolidierten Badbereich, der in der Bilanz zum 31. Dezember 2009 noch enthalten ist. Insofern sind die beiden Bilanzen nur eingeschränkt vergleichbar.

Kurzdarstellung Unternehmensbereiche

Nach dem Badverkauf wurde der Konzern in die zwei Segmente Markengeschäft und Volumengeschäft gegliedert:

Leifheit-Konzern	
Markengeschäft	Volumengeschäft
Leifheit	Birambeau
Dr. Oetker Backgeräte	Herby
Soehnle	Projektgeschäft

Die beiden Segmente sind charakterisiert durch die unterschiedlichen Strategien der Marktbearbeitung:

- Das Segment **Markengeschäft** steht für hochwertige und innovative Produkte. Es umfasst die Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle sowie die Aufwendungen für die Konzernfunktionen. Die Aufwendungen für die Konzernfunktionen waren bislang dem „nicht allozierbaren“ Bereich zugeordnet und sind nach dem Verkauf des Badbereichs nun maßgeblich dem Markengeschäft zuzurechnen.

Konsequente Markenführung in Verbindung mit entsprechenden Innovations- und Markteinführungsprozessen unterstreichen den Qualitätsaspekt im Markengeschäft. Mit Endverbraucherkommunikation und Key-Account-Management erzielen wir attraktive Umsätze und bauen unsere Position bei Händlern und Endkunden aus.

- Das Segment **Volumengeschäft** umfasst zunächst das Geschäft von Birambeau und Herby. Hier finden sich Produkte in Mittelpreislagen, die wir vorwiegend in den internationalen Märkten mit einer für dieses Segment starken Service-Komponente vertreiben. Die

noch ausstehenden 40 Prozent der Anteile an der Herby-Gruppe hat Leifheit im Juli vom Minderheitsgesellschafter erworben. Somit hält Leifheit nun 100 Prozent der Anteile.

Ein weiterer Bestandteil ist das Projektgeschäft. Darin sind kundenspezifische Produktentwicklungen und deren Fertigung enthalten sowie Lohnfertigungen im Auftrag Dritter aus dem Werk Blatná, deren Erlöse vor dem Verkauf des Badbereichs als Innenumsätze geführt wurden.

Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung

Die Leifheit AG ist seit 1984 eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht. Sitz und Verwaltung befinden sich bis heute am Ort der Gründung in Nassau/Lahn. In der Leifheit AG sind sowohl die Aufwendungen für die Konzernfunktionen als auch der überwiegende Teil des operativen Geschäfts des Segments Markengeschäft zusammengefasst. Die wesentlichen Standorte der Leifheit AG befinden sich in Nassau (Verwaltung und Produktion) sowie in Zuzenhausen (Logistik). Daneben bestehen im Ausland rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen, insbesondere Vertriebsniederlassungen, in Brescia, Italien (Gründung 1982), in Aartselaar, Belgien (Gründung 1987), und in Wiener Neudorf, Österreich (Gründung 1995). Die Leifheit AG besitzt 13 direkte oder indirekte Tochterunternehmen und Beteiligungen. Die wesentlichen Beteiligungen (teilweise indirekte) der Leifheit AG 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 (Logistik und Vertrieb).

Der Vorstand der Leifheit AG legt die Strategie für die Geschäftsentwicklung fest, verantwortet konzernweite Zentralfunktionen und steuert die Unternehmensbereiche. 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 gewährleistet eine effiziente und professionelle Steuerung des Leifheit-Konzerns.

Konzernstrategie und Unternehmenssteuerung

Im Jahr 2010 hat der Leifheit-Konzern die beiden zentralen strategischen Schritte abgeschlossen, die 2008 mit dem Programm „Fokus – Innovation – Geschwindigkeit“ gestartet wurden und die das Unternehmen wieder auf den Weg zu nachhaltigem Wachstum geführt haben.

- Mit dem ersten Schritt „Fit für die Zukunft“ wurde ein umfassendes Restrukturierungsprogramm aufgesetzt, das eine nachhaltige Effizienzsteigerung bewirkt hat.
- Mit dem zweiten Schritt wurde Leifheit auf seine Kernkompetenzen, nämlich das Haushaltswarengeschäft, fokussiert. Das wurde vor allem mit den Verkäufen des Leitern-Geschäfts sowie des Badbereichs erreicht.

Auf diesem Weg haben wir die notwendige Grundlage geschaffen, um zukünftig wieder in Umsatz und Ertrag signifikant wachsen zu können.

Der dritte Schritt definiert nun eine umfassende Wachstumsstrategie, die zunächst bis 2014 angelegt ist. Die Wachstumsstrategie, die mit dem Motto „Leifheit Go! – Growing (by) Opportunities“ kommuniziert wird, stützt sich auf zwei Grundpfeiler:

- Der erste geht aus einer zielgerichteten **Markenstrategie** hervor, mit der durch eine intensivierete, zielgruppenorientierte Kommunikation und verbraucherrelevante Produkte das Markenprofil weiter geschärft wird, um den Umsatz signifikant auszubauen.
- Den zweiten Pfeiler bildet eine international ausgerichtete **Vertriebsstrategie**, die darauf zielt, sowohl bestehende Vertriebswege sehr fokussiert auszubauen als auch neue zu erschließen.

Das Hauptwachstum soll dabei in den Kernmärkten stattfinden, wo die größte Dynamik zu erzielen ist.

Der Leifheit-Konzern wird strategisch zentral und zugleich operativ dezentral geführt. Mit wenigen Einheiten und Ebenen wird eine schnelle und effiziente Zusammenarbeit im Konzern gewährleistet. Strategieanpassungen sind daher häufig auch mit Anpassungen der Organisationsstruktur verbunden.

Mit dem nächsten Schritt unserer Strategieentwicklung haben wir auch unsere Organisation weiterentwickelt und konsequent auf ein strategiegetriebenes Kunden- und Markenmanagement ausgerichtet. Dazu werden auch das Marken- und Volumengeschäft als getrennte Bereiche geführt. Sowohl die Aufbauorganisation als auch die Ablauforganisation sind damit so ausgerichtet, dass die Ziele der strategischen Geschäftsausrichtung optimal erreicht werden können.

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht, der die nach § 315 Abs. 2 Nr. 4 HGB geforderten Angaben enthält, ist im Corporate Governance Bericht des Jahresfinanzberichts (ab Seite 32) enthalten und ist Bestandteil des Konzernlageberichts.

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2010 dargestellt:

Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Leifheit AG beträgt zum 31. Dezember 2010 unverändert 15.000.000,- € und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und in der Hauptversammlung eine Stimme.

Beschränkungen, die Stimmrechte oder die Übertragung von Aktien betreffen, sind dem Vorstand nicht bekannt.

Es bestehen direkte und indirekte Beteiligungen am Kapital der Leifheit AG, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten: Die Home Beteiligungen GmbH in München hat die Leifheit AG informiert, dass sie 47,34 Prozent der Stimmrechtsanteile der Leifheit AG zum 31. Dezember 2010 hält. Weiterhin hat die MKV Verwaltungs GmbH in München informiert, dass sie 10,03 Prozent der Stimmrechtsanteile der Leifheit AG hält.

Es liegen keine Aktien mit Sonderrechten der Leifheit AG vor. Ebenso liegen keine Arbeitnehmerbeteiligungen und somit auch keine Stimmrechtskontrollen vor.

Die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern sowie Satzungsänderungen erfolgen in Übereinstimmung mit den aktienrechtlichen Regelungen. Zu Änderungen der Satzung, die lediglich die Fassung betreffen, ist der Aufsichtsrat ermächtigt. In der Satzung der Leifheit AG bestehen darüber hinaus keine weiteren Regelungen.

Nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2006 ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis zum 1. Mai 2011 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlage einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500.000,- € durch

Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien zu erhöhen. Der Vorstand ist weiterhin nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2010 ermächtigt, eigene Aktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals bis zum 8. Juni 2015 zu erwerben. Die Konditionen beider Beschlüsse sind der jeweiligen Tagesordnung der Hauptversammlung auf unserer Internetseite zu entnehmen.

Vereinbarungen sowie Entschädigungsvereinbarungen mit dem Vorstand und Arbeitnehmern, die unter die Bedingungen eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots fallen und das Kriterium der Wesentlichkeit erfüllen, existieren nicht.

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB ist im Konzern-Jahresfinanzbericht ab Seite 35 abgedruckt sowie auf unserer Internetseite unter „www.leifheit.de/de/unternehmen/unternehmensfuehrung“ veröffentlicht.

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 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 wurden, haben im Berichtszeitraum nicht stattgefunden.“

Wirtschaftliches Umfeld

Wirtschaft erholt sich schneller als erwartet

Nach einer der schwersten Rezessionsphasen der Nachkriegszeit hat sich die Weltwirtschaft im Jahr 2010 wieder überraschend gut erholt. So wuchsen nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) die weltwirtschaftlichen Aktivitäten im vergangenen Jahr um insgesamt 5 Prozent. Dazu beigetragen haben die erfolgreiche Umsetzung von Konjunkturprogrammen vor allem in den USA und Japan und das deutliche Wachstum in China sowie der private Konsum, der sich ab dem dritten Quartal allmählich wieder zu stabilisieren begann. Ebenso hat die Unterstützung Griechenlands durch die Euro-Länder verhindert, dass eine weitere Zuspitzung der griechischen Schuldenkrise die positive Konjunktorentwicklung in der zweiten Jahreshälfte beeinträchtigt.

Deutschland hatte im vergangenen Jahr in Europa eine Sonderrolle inne: In Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien und Griechenland nahm die Arbeitslosigkeit zu, und auch die Konsequenzen staatlicher Haushaltskonsolidierungen behinderten ein deutliches Erstarren des Konsums. In Osteuropa verbesserte sich die konjunkturelle Lage zunehmend, hat das Vorkrisenniveau allerdings noch nicht wieder erreicht. Deutschland hingegen koppelte sich im Verlauf des letzten Jahres von den großen europäischen Volkswirtschaften ab. Nach dem deutlichen Rückgang im Jahr 2009 erzielte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2010 mit 3,6 Prozent den höchsten Zuwachs seit der Wiedervereinigung.

Die wirtschaftliche Erholung fand hauptsächlich im Frühjahr und Sommer 2010 statt und wirkte sich positiv auf den Arbeitsmarkt aus. Die Wachstumsimpulse kamen 2010 nicht nur aus dem Außenhandel, sondern auch aus dem Inland. Insbesondere in Ausrüstungsgütern wie Maschinen oder Autos wurde deutlich mehr investiert – doch auch der Konsum erreichte zum Jahresende ein neues Drei-Jahres-Hoch. Die privaten Konsumausgaben stiegen um 0,5 Prozent. Die Umsätze im deutschen Einzelhandel stiegen 2010 gegenüber dem Vorjahr um 1,3 bis 1,6 Prozent. Laut der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erzielte der für Leifheit relevante Non-Food-Handel 2010 mit einem Gesamtumsatz von knapp 148 Milliarden Euro (+2,6 Prozent) das beste Umsatzergebnis seit dem Jahr 2002. Für diese Entwicklung war charakteristisch, dass die Verbraucher sich zunehmend für Qualitätsprodukte entschieden und im Schnitt pro gekauften Artikel mehr Geld ausgegeben haben.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Leifheit profitiert von Konjunkturverbesserung

Leifheit hat sich im Jahr 2010 gut entwickelt. So hat der Konzern (ohne den veräußerten Badbereich) insgesamt die Umsatzerlöse gegenüber dem Vorjahr auf 211 Mio € gesteigert. Im Vorjahreszeitraum hatten die entsprechenden Segmente 207 Mio € umgesetzt (2009 waren 204 Mio € ausgewiesen; die Differenz ergibt sich aus Umsatzerlösen für den Badbereich, die im Vorjahr als Innenumsätze geführt wurden). Besonders in Osteuropa, wo Leifheit bis zur Krise prosperierende Absatzmärkte hatte, und in Südeuropa sind die Auswirkungen der Krise in Form von Umsatzrückgängen nach wie vor für die gesamte Branche zu spüren. Währungsabwertungen führten zu Zurückhaltung bei den Importeuren und zu Preisanpassungen, höhere Forderungsausfälle konnten aber vermieden werden. Gegen Jahresende stiegen die Umsätze jedoch auch in diesen Regionen an, so dass wir von einer einsetzenden Erholung ausgehen. In den Leifheit-Kernmärkten Deutschland, Frankreich und Österreich profitierte Leifheit von der deutlichen Konjunkturerholung. Im Heimatmarkt Deutschland konnte der Konzern auf Jahressicht seine Umsätze um 3 Prozent auf 89 Mio € steigern (Vorjahr: 87 Mio €).

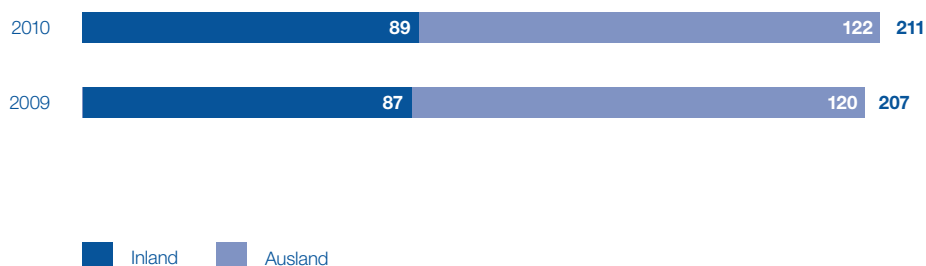
Geschäftsentwicklung in den Segmenten

Kommunikation im Markengeschäft intensiviert

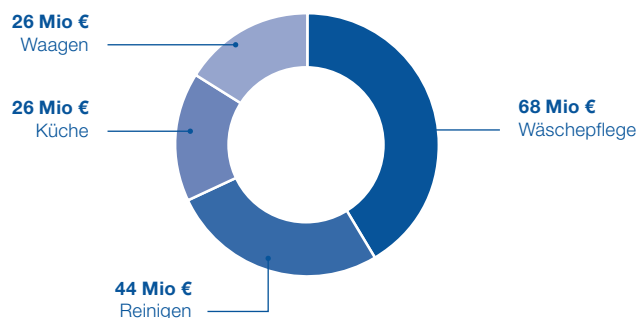
Das Jahr 2010 stand im Markengeschäft im Zeichen ganzheitlicher Kommunikationsmaßnahmen mit den Endverbrauchern: Die Print- und TV-Kampagnen für den Küchenhelfer „Perfect Roll“ und den Bodenreiniger „Twist System“ in mehreren europäischen Ländern verhalfen nicht nur den beworbenen Produkten, sondern jeweils der gesamten Produktkategorie zu mehr Aufmerksamkeit und gestiegenen Umsätzen. Mit dem Sternekoch Christian Henze für unsere Leifheit-Küchenprodukte und der dreifachen Biathlon-Olympiasiegerin Kati Wilhelm für Soehnle haben wir zwei Markenbotschafter gewonnen, die unsere Produkte nach außen kompetent und öffentlichkeitswirksam repräsentieren.

Der Start unserer Online-Shops für Leifheit- und Soehnle-Produkte ist eine Reaktion auf das veränderte Einkaufsverhalten unserer Kunden. Gewinnspiele und Aktionen haben die Aufmerksamkeit der Verbraucher zusätzlich auf unsere Marken gelenkt.

Konzernumsatz nach Regionen in Mio €



Markengeschäft – Umsatz nach Produktkategorien



Unser Anspruch der Marke Leifheit, „immer eine Idee besser“ zu sein, beschränkt sich nicht nur auf die Funktionalität unserer Produkte, sondern auch ihr Design ist attraktiv und funktionsgerecht. 2010 wurden erneut einige unserer Produkte für ihr herausragendes Design ausgezeichnet: Der Küchenhelfer „Perfect Roll“ wurde wegen der einzigartigen Kombination von gewitzter Innovation, stilsicherem Design und hochwertiger Funktionalität zum „Produkt des Jahres“ (Industrieverband pro-K) und zur „Kücheninnovation des Jahres“ von der Initiative LifeCare gewählt. Die Knoblauchpresse „Knobbi-King“ erhielt den IF product design award und der „Bodenwischer Profi EcoPerfect“ wurde mit dem red dot design award ausgezeichnet. Die verlässliche Kombination aus Funktion und Design zu fairen Preisen zeichnet Leifheit gegenüber vielen seiner Wettbewerber aus.

Starkes Markengeschäft belegt Strategieerfolg

Die Marken Leifheit, Dr. Oetker Backgeräte und Soehnle trugen zusammen mit rund 78 Prozent ganz entscheidend zum Konzernumsatz bei. Mit Umsätzen in Höhe von 164 Mio € schlossen die Marken über dem Vorjahresniveau ab (Vorjahr: 162 Mio €), obwohl im Umsatz 2009 noch das inzwischen veräußerte Leiterngeschäft mit etwa 6 Mio € enthalten war.

Das Wachstum im Markengeschäft kam vor allem aus dem deutschen Markt: Der Umsatz wuchs hier auf 83 Mio € (Vorjahr: 81 Mio €), so dass sich der Inlands-

anteil auf 51 Prozent erhöhte. Dem positiven Inlandsgeschäft gegenüber stehen markenübergreifende Rückgänge in Spanien und Italien, was im Wesentlichen den noch schwachen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor Ort geschuldet ist.

Die vier Kernkategorien entwickelten sich im Detail wie folgt:

- Mit einem Umsatzzuwachs von 10 Prozent legte die **Reinigungssparte** am stärksten zu. Ausschlaggebend hierfür war die erfolgreiche Fernsehwerbung in Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und in der Tschechischen Republik für das „Twist System“, das auch die allgemeine Bekanntheit der Marke steigerte und die Umsätze aller Reinigungsprodukte verbesserte. Vor allem im Inland wuchs der Umsatz mit Reinigungsgeräten überproportional zum Markt und wir konnten weitere Marktanteile gewinnen. Erstmals haben wir im Jahr 2010 so die Markführerschaft in den Bereichen Flachwischgeräte Feucht und Fensterreinigung erlangt. Im Ausland konnten Umsatzrückgänge in der Tschechischen Republik, Skandinavien, Frankreich, Spanien, Schweiz und Fernost durch Zuwächse in Litauen, Österreich und Russland kompensiert werden.

- Die Kategorie **Wäschepflege** wuchs um 7 Prozent und profitierte vor allem von Aktionsgeschäften in Deutschland. Die im Herbst eingeführten ersten selbst entwickelten Druckdampfbügelkomplettsysteme wurden im Markt sehr positiv aufgenommen. Vor allem die in einigen osteuropäischen Ländern erzielten Umsatzzuwächse konnten die Umsatzrückgänge in den Niederlanden kompensieren.
- Bei unseren **Küchenartikeln** legten vor allem die Produkte der Marke Leifheit in Deutschland zu. Die gute Entwicklung in Österreich, Frankreich, Litauen, Polen und im Mittleren Osten konnte die rückläufigen Umsätze in Italien, Spanien und den Niederlanden mehr als ausgleichen. Dr. Oetker Backgeräte hingegen waren im Ausland erfolgreicher als im Inland. Insgesamt wuchs die Kategorie Küche um 7 Prozent.
- Auf dem Markt für **Waagen** herrscht nach wie vor ein starker Wettbewerbs- und Preisdruck, dem sich auch die Kategorie Waagen mit einem Umsatzrückgang von 4 Prozent nicht entziehen konnte. Die eingeleiteten Gegenmaßnahmen zeigten jedoch Wirkung: Trotz der negativen Gesamtmarktentwicklung hat unsere Marke Soehnle sowohl bei den Personen- als auch bei den Küchenwaagen eine klare Marktführerschaft in Deutschland gesichert bzw. ausgebaut (40 bzw. 44 Prozent). Dazu hat der Erfolg der 2010 eingeführten Produkte „Solar Sense“ und „Comfort Select“ beigetragen, die aufgrund der hohen Nachfrage zwischenzeitlich ausverkauft waren. Eine wesentliche strategische Entscheidung bei Soehnle war 2010 der Relaunch unserer Zweitmarke Exacta, mit der wir im niedrigeren Preissegment Marktanteile zurückerobern wollen.

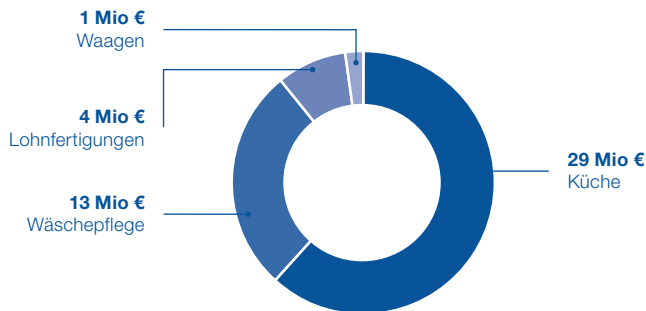
Mit Soehnle setzen wir außerdem verstärkt auf den wachsenden Wellness- und Selfnessmarkt, in den wir 2010 mit unserer neuen Produktlinie „Relax“ eingetreten sind. Die Soehnle Wärme- und Massageprodukte sind seit September im Handel erhältlich und haben die Erwartungen für 2010 übertroffen. Das ist auch der Zusammenarbeit mit Kati Wilhelm zu verdanken,

die seit September 2010 als Markenbotschafterin für Soehnle tätig ist. Aufgrund der Einführung dieses neuen Sortiments werden wir die bisherige Kategorie Waagen zukünftig „**Wellbeing**“ nennen.

In den verschiedenen Regionen unserer weltweiten Aktivitäten entwickelte sich unser Markengeschäft sehr unterschiedlich und spiegelt die jeweiligen konjunkturellen Rahmenbedingungen wider. Die in Osteuropa im Jahr 2009 krisenbedingt eingebrochenen Umsätze stabilisierten sich im abgelaufenen Jahr zunehmend. Obwohl die Abwertung vieler Währungen das Geschäft deutlich erschwerte, konnten wir unseren Umsatz in Osteuropa bereits um 5 Prozent steigern. Diese Entwicklung bestärkt uns darin, dass unser frühzeitiges Engagement in dieser Region richtig war und wir in Zentral- und Osteuropa gestärkt aus der Krise hervorgehen werden. Im west- und südeuropäischen Raum gibt es nach wie vor große Unterschiede: Während wir in Österreich, Frankreich und Belgien unsere Umsätze um durchschnittlich 6 Prozent steigern konnten, sind in Portugal, Italien, Spanien und Griechenland die Nachwehen der Krise noch am stärksten zu spüren: In Spanien etwa hat die Arbeitslosenquote mit 20,3 Prozent einen neuen europäischen Negativrekord erreicht, was unsere Umsätze erneut belastet hat. Auch konnten in diesen Ländern Aktionsgeschäfte aus dem Vorjahr nicht wiederholt werden. In den Niederlanden zog unser Geschäft im zweiten Halbjahr wieder an, blieb aber insgesamt leicht hinter dem Vorjahr zurück. In den USA konnten die Umsätze hingegen gesteigert werden. Die Umstellung unserer Vertriebsstruktur in Japan führte dazu, dass erst im zweiten Halbjahr wieder Umsätze generiert wurden. In China konnten wir hingegen ganzjährig deutliche Umsatzsteigerungen verzeichnen.

Das positive Deutschlandgeschäft wird von zwei Entwicklungen bestimmt: Zum einen konnten Zuwächse in den Vertriebswegen Baumarkt, Discounter und Distanzhandel die rückläufigen Umsätze in den Branchen Kaufhaus und Facheinzelhandel überkompensieren. Zum anderen zahlten sich unsere Investitionen in intensivierte Endverbraucherkommunikation aus.

Volumengeschäft – Umsatz nach Produktkategorien



Volumengeschäft erneut gewachsen

Im Volumengeschäft vertreiben wir hauptsächlich Produkte in Mittelpreislagen, die vorwiegend auf den internationalen Märkten mit einer für dieses Segment hohen Service-Komponente vertrieben werden. Das Volumengeschäft trug mit 47 Mio € (Vorjahr: 45 Mio €) 22 Prozent zum Konzernumsatz bei. In diesem Segment wurden Umsätze in den folgenden Kategorien erzielt:

- Die **Küchenprodukte** generierten den größten Anteil am Umsatz des Volumengeschäfts. Mit einem leichten Wachstum von etwa 1 Prozent gegenüber dem Vorjahr liegt der Umsatz in dieser Kategorie bei 29 Mio €. Den Hauptanteil hieran hat Birambeau mit 24 Mio €. Neue Präsentationsformen am Verkaufsort, die das Weihnachtsgeschäft sehr gefördert haben, haben die Steigerung von etwa 4 Prozent im Vorjahresvergleich ermöglicht. Zudem profitierte Birambeau in Frankreich von der krisenbedingten Sparsamkeit der Privathaushalte. Mit 5 Mio € liegt der in den USA mit nicht-markengeführten Küchenartikeln erzielte Umsatz dagegen leicht unter dem Vorjahresniveau.
- Die Kategorie **Wäschepflege** wuchs um 2 Prozent auf 13 Mio € und steuerte damit 28 Prozent zum Volumengeschäft bei. Mit 11 Mio € Umsatz hat Herby dazu maßgeblich beigetragen. In seinem Heimatmarkt hat Herby mit dem Ausbau von Platzierungen und zusätzlichen Aktionsgeschäften ein Wachstum von 8 Prozent generiert.

- Die nicht unter unserem Markennamen vertriebenen **Waagen** liegen mit unter 1 Mio € auf dem Niveau des Vorjahres.
- **Lohnfertigungen** aus dem Werk Blatná haben 4 Mio € Umsatz generiert und damit 9 Prozent zum Volumengeschäft beigetragen. Bei den Lohnfertigungen handelt es sich um Produkte, die im Auftrag Dritter in unserem Werk in Blatná hergestellt werden. Diese Erlöse wurden vor dem Badverkauf als Innenumsätze geführt. Sie wurden zur besseren Vergleichbarkeit der Kennzahlen jetzt auch in die Vorjahreszahlen einbezogen. Dadurch erhöht sich der Umsatz 2009 gegenüber dem ursprünglich ausgewiesenen Wert um 3 Mio €.

Ertragslage Konzern

Die wiederholt gute Entwicklung von Leifheit in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld belegt den Erfolg unserer stringenten Konzentration auf das Kerngeschäft und eines mehrgleisigen und mehrstufigen Optimierungsprozesses. Aufbauend auf den Maßnahmen der vergangenen Jahre haben wir 2010 unsere Organisationsprozesse im Rahmen der SAP-Einführung weiter optimiert.

Eine strikte Kostendisziplin, Sortimentsüberarbeitungen sowie Working Capital-Projekte führten im Markengeschäft zu weiteren Ergebnisverbesserungen. Die Effekte

waren so umfassend, dass wir im Resultat dadurch den Verkauf des Badbereichs kompensieren können.

EBIT und Periodenergebnis mit deutlicher Steigerung

Im Jahr 2010 ist es uns gelungen, das Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) auch ohne den veräußerten Badbereich auf 8,8 Mio € zu steigern. Im Vorjahr betrug das Konzernergebnis (EBIT) inklusive des Badbereichs 8,1 Mio €. Der Badbereich erzielte im Jahr 2009 immerhin einen EBIT-Beitrag von 5,0 Mio €.

Im fortzuführenden Geschäft konnten wir somit das Konzern-EBIT von 3,1 Mio € auf 8,8 Mio € mehr als verdoppeln. Das Konzern-Ergebnis liegt damit im Rahmen der Erwartungen, die wir zu Beginn des Geschäftsjahres prognostiziert hatten.

Die positive Entwicklung des Markengeschäfts fließt mit 2,8 Mio € Ertrag in das Konzernergebnis/EBIT ein (Vorjahr: -2,5 Mio €). Das Volumengeschäft trägt mit 6,0 Mio € (Vorjahr: 5,6 Mio €) zum Konzern-EBIT bei. Das Ergebnis nach Steuern aus dem fortzuführenden Geschäft, also ohne den veräußerten Badbereich, betrug 5,4 Mio € (Vorjahr: -0,3 Mio €).

Das Periodenergebnis erreichte einschließlich der Effekte aus dem Verkauf des Badbereichs 16,4 Mio € (Vorjahr: 3,1 Mio €).

Bruttomarge steigt auf 42,4 Prozent

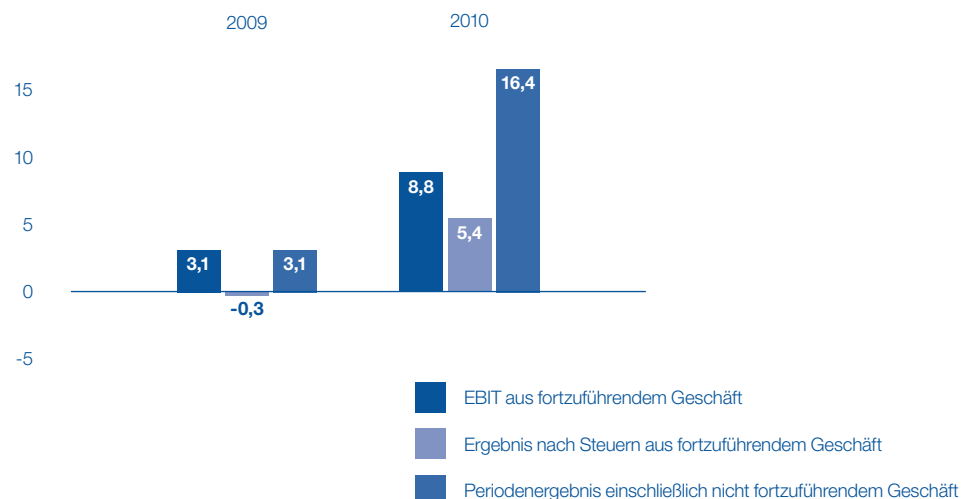
Preiserhöhungen bei Rohstoffpreisen und Handelswaren, teurere Einkäufe in US-Dollar und Tschechischen Kronen sowie höhere Erlösschmälerungen wurden kompensiert durch die intensive Ausschöpfung von Margenpotenzialen. Die Bruttomarge steigt auf 42,4 Prozent. Absolut erhöht sich die Bruttomarge um 2,1 Mio € auf 89,3 Mio €.

Kosten nochmals gesenkt

Die Forschungs- und Entwicklungskosten betrugen 3,7 Mio € und liegen damit auf Vorjahresniveau.

Die Vertriebskosten stiegen um 1,3 Mio € auf 66,3 Mio €. Aufgrund der forcierten Kommunikation im Markengeschäft stiegen die Werbekosten um 0,7 Mio €. Eine geänderte Umlagensystematik für die Kosten der Sekundärfunktionen führte zu einer höheren Belastung des Vertriebs um 1,0 Mio €. Dies wurde zum Teil kompensiert durch niedrigere Versandkosten und Ausgangsfrachten.

Ergebnis in Mio €



Gesamtergebnisrechnung (Kurzfassung) in Mio €	2010	2009
Umsatzerlöse	211	207
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern/EBIT aus fortzuführendem Geschäft	8,8	3,1
Zins- und Finanzergebnis	-2,8	-2,0
Ergebnis vor Ertragsteuern/EBT aus fortzuführendem Geschäft	6,0	1,1
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-0,6	-1,4
Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft	5,4	-0,3
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	10,9	3,4
Periodenergebnis	16,4	3,1

Die Verwaltungskosten fielen um 1,8 Mio € auf 11,4 Mio €; darin enthalten sind Effekte aus der geänderten Umlagensystematik mit 0,3 Mio €. Die Gebühren und gekauften Dienste fielen um 0,5 Mio €.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge stiegen um 0,6 Mio € auf 1,8 Mio € und beinhalten eine einmalige staatliche Förderung in Frankreich sowie eine Vielzahl kleinerer Positionen.

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen um 1,5 Mio € auf 1,2 Mio € zurück. Geringere Wertberichtigungen auf Forderungen trugen im Wesentlichen hierzu bei.

Die Fremdwährungsgewinne und -verluste enthalten Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften, Fremdwährungsbewertungen sowie realisierte Kursgewinne und -verluste. Das Ergebnis aus der Fremdwährungsbewertung stieg um 1,1 Mio € auf 0,3 Mio €.

Zins- und Finanzergebnis

Das Zinsergebnis fiel um 0,1 Mio € auf -2,1 Mio €. Die Zinsaufwendungen aus der Aufzinsung von Pensionsverpflichtungen stiegen um 0,3 Mio €, die sonstigen Zinsaufwendungen ebenfalls um 0,2 Mio €. Dem gegenüber standen höhere Zinserträge aus der Anlage der liquiden Mittel von 0,4 Mio €.

Das Sonstige Finanzergebnis enthält Wertberichtigungen auf Finanzanlagen von 0,7 Mio €.

Neubewertung latenter Steuern

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag betragen -0,6 Mio € und enthalten den tatsächlichen Steueraufwand von 1,9 Mio € sowie den Steuerertrag aus der Neubewertung aktiver latenter Steuern im Wesentlichen auf Verlustvorträge in Höhe von 1,2 Mio €.

Ergebnis aus nicht fortzuführendem Geschäft entstammt Badbereich

In die Ergebnisrechnung fließt abschließend auch das Nachsteuerergebnis aus dem nicht fortzuführenden Badgeschäft ein, welches 10,9 Mio € betrug. Darin enthalten sind das operative Ergebnis der veräußerten Badgesellschaften bis zur jeweiligen Entkonsolidierung sowie die Einmaleffekte aus der Veräußerung.

Finanz- und Vermögenslage

Grundsätze des Steuerungssystems

Das interne Steuerungssystem des Leifheit-Konzerns bezieht sich auf die neuen Segmente Markengeschäft und Volumengeschäft. Hierbei werden im Wesentlichen die Umsatzerlöse und das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT) als Steuerungsgrößen betrachtet. Im Verlauf des Geschäftsjahres werden für die Segmente rollierende Dreimonats-Forecasts erstellt. Außerdem werden die Segmente monatlich im Vergleich zu den Planungen und dem Vorjahr betrachtet. In regelmäßigen Vorstands- und Managementteam-Sitzungen wird die Geschäftsentwicklung sowie die Chancen-/Risiko-situation besprochen und bewertet.

Akquisitionen/Desinvestments

Im Berichtsjahr hat es im Kreis der zu konsolidierenden Tochtergesellschaften die folgenden Veränderungen gegeben:

Im Juli des abgelaufenen Geschäftsjahres hat die Leifheit France S.A.S. die noch ausstehenden 40 Prozent der Anteile an der nicht börsennotierten Herby Industrie S.A.S. mit Sitz in La Loupe, Frankreich, vom Minderheitsgesellschafter erworben.

Die Leifheit AG hat sich im zweiten Quartal vom Unternehmensbereich Bad mit den Marken Spirella, Kleine Wolke und Meusch getrennt. Entsprechend sind die Konzern-Tochtergesellschaften entkonsolidiert worden.

Kapitalflussrechnung stabilisiert

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug 12,0 Mio €. Im Vorjahr waren Einmaleffekte aus der Optimierung des Working Capital in Höhe von 28,0 Mio € enthalten.

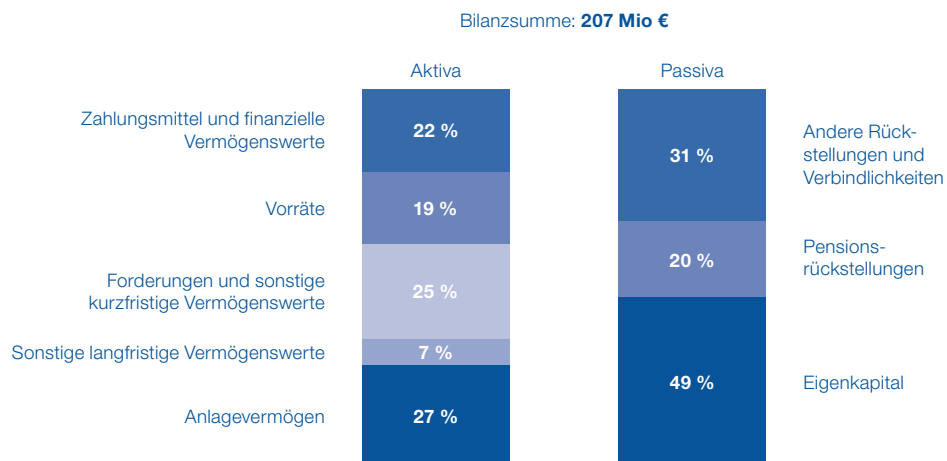
Der Cashflow aus Investitionstätigkeit in Höhe von 17,1 Mio € beinhaltet die Übernahme der ausstehenden Anteile an der Herby-Gruppe, die Investitionen sowie das Entgelt für den Verkauf des Badbereichs.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug -34,3 Mio € und beinhaltet die in 2010 ausgezahlte Dividende in Höhe von 14,3 Mio € sowie eine Geldanlage in Form eines Schuldscheins von 20,0 Mio €.

Der Finanzmittelbestand am Bilanzstichtag betrug 26,3 Mio €.

Kapitalflussrechnung (Kurzfassung) in Mio €	2010	2009
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	12,0	43,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	17,1	-6,8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-34,3	-10,5
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	0,3	0,1
Veränderung der Zahlungsmittel	-4,8	26,5
Finanzmittelbestand am Jahresende	26,3	32,7

Bilanzrelationen



Investitionen

Die Zugänge zum Anlagevermögen betragen 6,1 Mio € (Vorjahr: 9,8 Mio €) und betrafen Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen, Wareenträger sowie in Betriebs- und Geschäftsausstattungen. Einen weiteren wesentlichen Anteil an den Investitionen hatte die Einführung des SAP-Systems an den Standorten Nassau und Zuzenhausen, die mit 1,6 Mio € den größten Anteil bei den Zugängen der Immateriellen Vermögenswerte in Höhe von 1,7 Mio € ausmachte.

Die Investitionsquote belief sich auf 3,0 Prozent bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten des Anlagevermögens.

Den Investitionen standen Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 5,4 Mio € und auf Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 2,2 Mio € entgegen.

Im Markengeschäft investierten wir 5,5 Mio €, im Volumengeschäft 0,6 Mio €.

Die Angaben zu den Investitionen und Abschreibungen beinhalten nicht mehr den Anteil des Badbereichs.

Finanzierungsinstrumente, Kreditlinien, Bankverbindlichkeiten

Leifheit verfügt zum 31. Dezember 2010 über Zahlungsmittel und Finanzielle Vermögenswerte von insgesamt 46,3 Mio €. Es existieren keine Bankverbindlichkeiten. Zum Bilanzstichtag bestanden Kreditlinien in Höhe von 16,5 Mio €, wovon 2,7 Mio € durch Avale und Akkreditive genutzt wurden.

Solide Bilanzstrukturen

Die Bilanz zum 31. Dezember 2010 enthält aufgrund der Entkonsolidierung nicht mehr die veräußerten Gesellschaften des Badbereichs. Somit ist die Bilanz zum 31. Dezember 2010 nur bedingt vergleichbar mit der Vorjahresbilanz.

Die kurzfristigen Vermögenswerte enthalten in der Position Finanzielle Vermögenswerte eine Anlage in Höhe von 20,0 Mio € in einen Schuldschein.

Die Forderungen aus Ertragsteuern enthalten ein Körperschaftsteuerguthaben der Leifheit AG in Höhe von 4,8 Mio €, das bis zum Jahr 2017 linear und ausschüttungsunabhängig von der Finanzverwaltung ausgezahlt wird.

Die Sonstigen langfristigen Vermögenswerte beinhalten eine noch nicht fällige Kaufpreisforderung aus der Veräußerung des Badbereichs in Höhe von 4,0 Mio €.

Das Eigenkapital steigt um 0,6 Mio € auf 101,5 Mio €. Hierin ist das Periodenergebnis 2010 mit 16,4 Mio € sowie die in 2010 ausgeschüttete Dividende von 14,3 Mio € enthalten. Aufgrund der gesunkenen Bilanzsumme stieg die Eigenkapitalquote um 3,7 Prozentpunkte auf 49,0 Prozent.

Nicht bilanziertes Vermögen und außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Neben dem in der Konzernbilanz ausgewiesenen Vermögen nutzt der Konzern in geringem Maße auch nicht-bilanzierungsfähige Vermögenswerte. Diese betreffen im Wesentlichen geleaste oder gemietete Güter (Operating-Leasing). Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente werden nicht genutzt.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Nachdem die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in den vorangegangenen Kapiteln ausführlich dargestellt wurde, fassen wir die wirtschaftliche Lage wie folgt zusammen: Der Vorstand beurteilt die Geschäftsentwicklung des Leifheit-Konzerns zum Zeitpunkt der Erstellung des Konzernlageberichts als positiv. Im Berichtsjahr konnten wir die beiden zentralen strategischen Schritte abschließen, mit denen wir 2008 unter dem Motto „Fokus – Innovation – Geschwindigkeit“ begonnen hatten. Mit einem umfassenden Restrukturierungsprogramm und dem Fokus auf die Kernkompetenzen von Leifheit ist es gelungen, das Unternehmen wieder auf ein stabiles Fundament zu stellen. Trotz des Verkaufs des Unternehmensbereichs Bad haben wir das Vorjahresergebnis wieder übertreffen können, was belegt, dass die strategischen Weichenstellungen richtig waren. Unsere solide Finanzierung ist die Grundlage, um auch unsere ambitionierten Wachstumsziele in der Zukunft realisieren zu können.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Beschaffung und Logistik

Fokus auf Lieferantenoptimierung

Die Rohstoffmärkte waren 2010 trotz einiger Schwankungen von einem deutlichen Aufwärtstrend geprägt. Die weltweite Konjunkturerholung führte neben erhöhten Absatzmengen dazu, dass viele Rohstoffpreise im Jahresverlauf deutlich angezogen haben. Dabei spielte sicherlich eine gewichtige Rolle, dass China für seine schnell wachsende Wirtschaft zunehmend Rohstoffe benötigt; daneben haben auch Angebotsverknappungen bei einzelnen Rohstoffen zur Verteuerung beigetragen, die teilweise auf Spekulationsinteressen oder Inflationsängste zurückzuführen sind. Das Einkaufsmanagement fokussierte sich deshalb im abgelaufenen Geschäftsjahr auf die Optimierung der Lieferantenbeziehungen sowie die Sicherung der Produktion durch eine ausreichende

Materialversorgung. Dabei haben wir uns bewusst gegen Materialien entschieden, deren Eigenschaften und Herkunft unseren Nachhaltigkeitsstandards nicht entsprechen.

Absicherung unserer Lieferketten

Die Beschaffung von qualitativ hochwertigen Rohstoffen, Halbfertigprodukten und Fertigwaren zu attraktiven Konditionen bildet einen entscheidenden Faktor für den Erfolg unseres Unternehmens. Da sich die äußeren Rahmenbedingungen der Leifheit-Beschaffungsmärkte permanent verändern, arbeiten wir weiter daran, unser Lieferantennetzwerk zu optimieren und dadurch unabhängiger zu werden. Im Fokus steht nach wie vor der verstärkte Einkauf in Osteuropa und in der Türkei. Zudem haben wir unser Lieferkettenmanagement speziell für Schlüsselmaterialien und -produkte

verändert: Bei wichtigen Grundstoffen können wir auf mehrere Lieferanten zugreifen. So können wir eine kontinuierliche Produktion zu vorteilhaften Konditionen sicherstellen. Gemeinsam mit unseren Lieferanten haben wir zudem Wege gefunden, die Rohstoffpreise effektiv abzusichern.

Lieferantenauswahl nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten

Neben Qualität, Geschwindigkeit, Flexibilität und Termintreue legen wir bei unseren Lieferanten auch Wert auf Nachhaltigkeit. Mit dem „Leifheit Social Code of Conduct“ verpflichten wir unsere Lieferanten seit 2009 auf sozial verantwortungsvolles Verhalten gegenüber ihren Mitarbeitern sowie auf ökologisch verträgliche Materialien und Produktionsverfahren. Die Einhaltung dieses Kodex überprüfen wir – ebenso wie die Qualität der Produkte – durch eigene Audits kontinuierlich und weitestgehend selbst vor Ort. Dadurch stellen wir sicher, dass unsere Produkte nicht nur qualitativ hochwertig sind, sondern dass entlang der gesamten Zuliefer- und Produktionskette ökologische und soziale Standards erfüllt werden. Nur so kann ein Produkt auch langfristig ökonomisch erfolgreich sein.

Wettbewerbsfähige Beschaffungslogistik

Nach der Bündelung logistischer Kernprozesse am zentralen Leifheit Distributionsstandort Zuzenhausen stand im Jahr 2010 der Abschluss des Projektes „Fit für die Zukunft“ im Fokus. Als einer der letzten Schritte wurde eine zentrale Retourenabwicklung implementiert.

Die Leistungsfähigkeit des Distributionszentrums konnten wir auch 2010 deutlich verbessern, indem wir konsequent Kostensenkungspotenziale identifiziert und realisiert haben und die Effizienz vieler Abläufe erneut deutlich gesteigert haben – unter anderem durch den Einsatz innovativer Technologien.

Als wichtigstes konzernübergreifendes Projekt haben wir mit der erfolgreichen Einführung von SAP eine zukunftsorientierte IT-Plattform geschaffen, um alle Prozesse zwischen den einzelnen Schnittstellen der Supply Chain zu optimieren.

Im Rahmen der 2011 angestrebten zunehmenden Internationalisierung wird der Distributionsstandort Zuzenhausen die zentrale Funktion in der weltweiten Distribution wahrnehmen und muss entsprechend alle Potenziale zur Effizienzsteigerung haben. Kontinuierliche Verbesserungsprozesse, ein breit angelegtes Weiterbildungsprogramm sowie leistungsorientierte Entlohnung ermöglichen eine solche Entwicklung hin zu mehr Wachstum und Ertrag.

Effizienzsteigerung im Werk Blatná

Unser Werk im tschechischen Blatná ist mit rund 450 Mitarbeitern nach wie vor der bedeutendste Produktionsstandort im Leifheit-Konzern: Hier werden die meisten unserer eigen gefertigten Produkte hergestellt. Das Werk hat sein Ergebnis 2010 durch konsequente Identifikation und Realisierung von Rationalisierungspotenzialen weiter verbessert. Durch die Optimierung von Arbeitsprozessen und einen erhöhten Automatisierungsgrad haben wir eine deutliche Kostenreduktion bewirkt. Unsere Mitarbeiter haben sich in einem breit angelegten Programm weiterqualifiziert und mit ihrem Einsatz großen Anteil daran, dass die Stückkosten erneut gesenkt werden konnten. Um hier weiteres Wachstum sicherzustellen und die Produktionsflexibilität zu erhöhen, werden wir für ausgewählte Produktgruppen die Fertigungstiefe erhöhen.

Entwicklung und Innovation

Der Leifheit-Konzern verfügt über starke Marken und große Innovationskraft. Innovationen beziehen sich bei Leifheit aber nicht nur auf Produkte, sondern auch auf Prozesse. Im abgelaufenen Geschäftsjahr haben wir daher ein ganzheitliches Produktmanagement umgesetzt. Im sogenannten Speed-Prozess laufen bei einem Projektmanager sämtliche Informationen zusammen, die er benötigt, um die Neuprodukteinführung zu beschleunigen und den Produktauslauf optimal zu gestalten. So sichern wir die Markterfolge unserer Produkte und geben Raum für die kreative Entfaltung unserer Mitarbeiter.

Innovationsoffensive in allen Kategorien

Im Mittelpunkt unserer Innovationsstrategie stehen immer die Bedürfnisse der Verbraucher. Unsere Entwickler haben in allen vier Produktkategorien Reinigen, Wäsche, Küche und Waagen eine Vielzahl von sinnvollen und durchdachten Neuheiten hervorgebracht, die dem Verbraucher helfen, die Hausarbeit zu erleichtern und sich zu Hause wohlfühlen.

So bietet Leifheit nun aus einer Hand ein Komplettangebot von Reinigungsgeräten für den Innen- und Außenbereich, Tüchern und Schwämmen und perfekt abgestimmten Reinigungsmitteln an. Dadurch reduziert sich der benötigte Kraftaufwand und Reinigungsmitteleinsatz für den Endverbraucher und schont so Umwelt und Geldbeutel.

Die Kategorie Wäschepflege hat eine Fülle von Neuheiten hervorgebracht: Der neue Wäscheschirm „Linomatic Deluxe“ zeichnet sich durch einen besonders komfortablen Öffnungs- und Schließmechanismus aus.

Aufgrund der großen Nachfrage haben wir das im Reinigungsbereich bereits eingeführte Konzept, Produkte aus recycelbaren und nachwachsenden Rohstoffen herzustellen, auf den Wäscheschirm „Linowood“ angewendet. Der noch junge Produktbereich Druckdampfbügeln wurde weiter ausgebaut. Mit dem „AirActive L Steamer“ haben wir den derzeit leichtesten Bügeltisch mit integrierter Druckdampfbügelstation entwickelt.

Im Bereich Küche haben wir den Anfang 2010 eingeführten „Twist Cut“ nochmals hinsichtlich Funktion und Design optimiert sowie um zusätzliche Produktvarianten erweitert. So ergänzt jetzt eine passende Salatschleuder die Familie der mechanischen „Twist“-Küchenhelfer. Für einen großen Kunden in den USA wurde ein spezieller Food Processor entwickelt. Dieser konnte in kürzester Zeit in ein innovatives patentgeschütztes Produkt umgesetzt werden.

Die Soehnle Waagen-Familie haben wir in Hinblick auf Design und Funktionalität in allen Preissegmenten weiterentwickelt. Highlight der Entwicklungen ist „Page Evolution“, die flachste Küchenwaage der Welt mit patentierter Sensortastenbedienung. Der Marktführer bei Personen- und Küchenwaagen in Deutschland setzt mit limitierten Sonderauflagen in aktuellen Dekors farbige Akzente in Bad und Küche. So fasziniert beispielsweise die „Art Style Velvet“ mit einer neuartigen samtähnlichen Beschichtung. Mit der Vorbereitung des Relaunches der Zweitmarke Exacta – Quality by Soehnle starten wir eine Offensive zur Rückgewinnung von Marktanteilen im unteren Preisbereich. Den sehr positiv aufgenommenen Wellnessbereich bauen wir mit neuen Massage- und Wärmeprodukten aus der Soehnle „Relax“-Serie ebenfalls kontinuierlich aus.

Der Leifheit-Konzern hat im Jahr 2010 insgesamt 94 Schutzrechtsanmeldungen im In- und Ausland vorgenommen. Im Berichtsjahr 2010 waren im Konzern 22 Mitarbeiter in der Entwicklung und im Bereich Patente beschäftigt. Es handelt sich hier überwiegend um Ingenieure, Techniker und Konstrukteure. Für Entwicklung haben wir insgesamt 3,7 Mio € aufgewendet.

Nachhaltigkeit

Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolges

Unternehmen sind gesellschaftliche Einheiten, in denen jeder zum Ergebnis beiträgt. Bei Leifheit legen wir deshalb Wert auf einen achtungsvollen und offenen Umgang miteinander. Wir sehen unsere Mitarbeiter nicht nur als Beschäftigte, sondern auch als am Unternehmen Beteiligte: Sie bilden mit ihrer hohen Identifikation mit Leifheit, ihrer Einsatzbereitschaft und ihrer Kreativität die Basis für unseren Erfolg; sie sind der Garant dafür, dass unser Unternehmen innovativ bleibt und weiter wächst. Unsere Personalpolitik ist deswegen geprägt durch ein überdurchschnittliches Maß an sozialer Verantwortung. Nur mit motivierten Mitarbeitern, die sich gut behandelt fühlen, können wir unsere hohen Qualitätsansprüche erreichen.

Wir wissen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im vergangenen Jahr in allen Bereichen stark gefordert waren. Für ihren überaus motivierten sowie mit großer Loyalität und Kreativität verbundenen Einsatz bedanken wir uns bei ihnen an dieser Stelle ausdrücklich. Dieser Dank gilt auch unseren Betriebsräten, die durch faire und konstruktive Zusammenarbeit an der positiven Entwicklung unseres Unternehmens mitgewirkt haben.

Im Zentrum unserer Personalarbeit standen 2010 Maßnahmen zur Effizienzsteigerung sowie die Schärfung unseres Profils als attraktive Arbeitgebermarke.

Leifheit ist „Top Arbeitgeber“

Leifheit ist einer der „Top Arbeitgeber Deutschland“. Diese Auszeichnung wird an Unternehmen vergeben, deren Personalwesen höchsten Standards gerecht wird. Im Jahr 2010 haben wir uns dieser Zertifizierung unterzogen. Dabei werden Grundsätze und Prozesse bei Vergütung und Sozialleistungen validiert, Personalentwicklung, Karrierechancen und Aus-/Weiterbildung

geprüft sowie die Arbeitsbedingungen und die Unternehmenskultur bewertet. Wir sind stolz darauf, bei insgesamt über 1.000 Bewerbern zu den 101 Unternehmen zu gehören, die sich für den Titel „Top Arbeitgeber Deutschland“ qualifiziert haben. Dies bestätigt unser nachhaltiges Engagement für die Entwicklung unserer Mitarbeiter und unsere Werte und Grundsätze einer zeitgemäßen Personalarbeit.

Erfolg durch Dialog

Um den Einsatz der Mitarbeiter und ihre unternehmensinterne Entwicklung optimal zu gestalten, müssen auch die Personalführungsinstrumente kontinuierlich den wachsenden Herausforderungen angepasst werden. Im vergangenen Jahr haben wir deswegen die Inhalte der jährlich geführten Mitarbeitergespräche ausgebaut und konkretisiert. Damit stellen wir den wechselseitigen Informationsfluss auf allen Ebenen sicher. Aus diesen Dialogen gewinnen sowohl die Mitarbeiter als auch die Unternehmensführung wichtige Hinweise, wodurch wir gemeinsam die Leistung des Unternehmens effizienter gestalten und ausbauen können.

Ausgezeichnete Aus- und Weiterbildung

Hinter dem Geschäftserfolg des Leifheit-Konzerns stehen vor allem unsere Mitarbeiter, auf deren Leistung wir sehr stolz sind. Mit Engagement und Begeisterung haben sie auch im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre Kompetenz für das Unternehmen eingesetzt. Um die Motivation zu erhalten und zu fördern, haben wir unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter ausgebaut sowie kontinuierlich und gezielt die Weiterbildung und Qualifikation unserer Mitarbeiter in allen Bereichen vorangetrieben.

Das Ausbildungskonzept von Leifheit hat 2010 auch extern große Anerkennung gefunden. Schon zum siebten Mal in Folge wurde Leifheit von der Industrie- und Handelskammer Koblenz für die hervorragende Qualität seiner Ausbildung ausgezeichnet. Eine kontinuierliche kooperative Unterstützung und Förderung der

jungen Menschen während ihrer Ausbildung und eine enge Kooperation mit Berufsschulen, Weiterbildungseinrichtungen und der IHK legen den Grundstein dafür, dass die Auszubildenden einen sehr guten Abschluss erzielen können: 11 unserer Auszubildenden haben im abgelaufenen Geschäftsjahr ihre Ausbildung mit überwiegend sehr guten Prüfungsergebnissen beendet. Wir freuen uns, dass wir alle Auszubildenden, die ihre Prüfung bestanden haben, in feste Arbeitsverhältnisse übernehmen konnten.

Im Rahmen der Nachwuchsförderung haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr in vielen Bereichen junge Talente für Leifheit gewinnen können. Für unser inzwischen etabliertes Trainee-Programm haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr im Bereich Produktmanagement Soehnle erneut einen Trainee eingestellt.

Zahl der Mitarbeiter unter Vorjahresniveau

Standorte	31.12.2010	31.12.2009
Deutschland	419	462
Tschechische Republik	453	432
Frankreich	185	164
Sonstige Länder	84	111
Konzern	1.141	1.169

Ende des Jahres 2010 waren 1.141 Mitarbeiter im Leifheit-Konzern beschäftigt, 28 weniger als ein Jahr zuvor. Damit verringerte sich der Personalbestand insgesamt um 2 Prozent. Am 31. Dezember 2010 waren im Markengeschäft 751 und im Volumengeschäft 390 Mitarbeiter beschäftigt.

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl im Konzern sank von 1.153 auf 1.137 Mitarbeiter. Die Personalaufwendungen im Geschäftsjahr 2010 betragen 43 Mio € (Vorjahr: 42 Mio €).

Im Berichtsjahr ehrte Leifheit 79 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anlässlich ihres 10-, 25-, 30- oder 40-jährigen Firmenjubiläums. Die hohe Anzahl von Jubilaren ist ein Beleg für die starke Bindung unserer Mitarbeiter an das Unternehmen, gerade auch in Zeiten wachsender

Herausforderungen durch den verschärften internationalen Wettbewerb. Leifheit profitiert von einem ausgewogenen Verhältnis von langjährig aktiven und neu eingestellten Mitarbeitern, denn Erfahrung und frische Ideen treffen so nutzbringend aufeinander – ein Wissensaustausch, der sich bei der Bewältigung gemeinsamer Aufgaben und Projekte auszahlt.

Umweltschutz

Der Schutz der Umwelt und nachhaltiges Wirtschaften sind wichtige Ziele der Leifheit AG. Sie werden in den Prozessen aller Standorte des Konzerns umgesetzt. Integrierter Umweltschutz wird von uns als ganzheitliches Konzept verwirklicht: Von umweltschonenden Materialien und Produktion bis zur umweltgerechten Wiederverwertung und Entsorgung, von der Entwicklung bis zur Distribution sind alle Bereiche einbezogen.

Mit dem „Leifheit Social Code of Conduct“ stellen wir sicher, dass auch unsere Lieferanten umweltverträglich arbeiten.

Qualitativ verbesserte Geschäftsprozesse in allen Bereichen führen konsequent zu einer Vermeidung negativer Auswirkungen auf die Umwelt. Beispielsweise sparen optimierte Verpackungen nicht nur Verpackungsmaterial, sondern auch Transportkilometer durch höhere Packdichte. Auch zentralisierte Versandabläufe und verbesserte Routenplanung sparen Material, Energie und CO₂.

Leifheit hat auch seinen Bedarf an Heizenergie reduziert: Seit wir in den Hallenbereichen Automatikttore installiert haben, sind die Heizkosten in diesem Bereich erkennbar gesunken. Damit verringern wir unsere Kosten und die Belastung für die Umwelt.

Durch sortenreines Trennen der Kunststoffabfälle haben wir einen Großteil dieses Materials wieder verwenden können und somit auch hier Energie und CO₂ gespart, da diese Abfälle nicht in einer Verbrennungsanlage beseitigt werden mussten.

Auch bei der Beschaffung unserer Dienstfahrzeuge legen wir unser Augenmerk auf einen niedrigen CO₂-Ausstoß und einen günstigen Verbrauch. Die rund 40 Fahrzeuge in unserem Fuhrpark sind durchweg mit Dieselmotoren ausgestattet. Gegenüber vergleichbaren Benzinfahrzeugen sparen wir so etwa 100 Tonnen CO₂ im Jahr.

Für unsere Druckerzeugnisse verwenden wir Recycling-Papier, größere Projekte wie dieser Bericht werden klimaneutral gedruckt.

Unsere Produkte erfüllen schließlich den Anspruch, umweltschonend produziert zu sein (z. B. „Eco Perfect“) und ebenso zu funktionieren (z. B. mechanische Küchenmaschine „Twist Cut“). Sie werden von den Verbrauchern generell als nachhaltig wahrgenommen, denn unsere Marken stehen für gute Qualität und Langlebigkeit. Nicht zuletzt durch die Sicherung bzw. beständige Verbesserung dieser hohen Qualität leisten wir einen Beitrag zum Schutz der Umwelt.

Chancen und Risiken

Wesentliche Merkmale des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Rechnungslegungsprozess

Da die Leifheit AG eine kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaft im Sinne des § 264d HGB ist, sind gemäß § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess, der auch die Rechnungslegungsprozesse bei den in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften einbezieht, zu beschreiben.

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess ist gesetzlich nicht definiert. Wir verstehen das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem als umfassendes System und lehnen uns an die Definitionen des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e. V., Düsseldorf, zum rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystem und zum Risikomanagementsystem an. Unter einem internen Kontrollsystem werden danach die von dem Management im Unternehmen eingeführten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen verstanden, die auf die organisatorische Umsetzung der Entscheidungen des Managements gerichtet sind:

- zur Sicherung der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit der Geschäftstätigkeit (hierzu gehört auch der Schutz des Vermögens, einschließlich der Verhinderung und Aufdeckung von Vermögensschädigungen),
- zur Ordnungsmäßigkeit und Verlässlichkeit der internen und externen Rechnungslegung sowie
- zur Einhaltung der für das Unternehmen maßgeblichen rechtlichen Vorschriften.

Das Risikomanagementsystem beinhaltet die Gesamtheit aller organisatorischen Regelungen und Maßnahmen zur Risikoerkennung und zum Umgang mit den Risiken unternehmerischer Betätigung. Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess sind im Konzern folgende Strukturen und Prozesse implementiert:

Der Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess im Konzern. Über eine fest definierte Führungs- und Berichtsorganisation sind alle in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften und Unternehmensbereiche eingebunden.

Die Grundsätze, die Aufbau- und Ablauforganisation sowie die wesentlichen Prozesse des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sind konzernweit dokumentiert bzw. in Handbüchern niedergelegt, die in regelmäßigen Abständen an aktuelle externe und interne Entwicklungen angepasst werden.

Im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess erachten wir solche Merkmale des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems als wesentlich, die die Konzernbilanzierung und die Gesamtaussage des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht maßgeblich beeinflussen können. Dies sind insbesondere die folgenden Elemente:

- Identifikation der wesentlichen Risikofelder und Kontrollbereiche mit Relevanz für den Konzernrechnungslegungsprozess;
- Monitoringkontrollen zur Überwachung des Konzernrechnungslegungsprozesses und seiner Ergebnisse auf Ebene des Vorstands und auf Ebene der Unternehmensbereiche sowie auf Ebene der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften;
- präventive Kontrollmaßnahmen im Finanz- und Rechnungswesen des Konzerns und der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften und Unternehmensbereiche sowie Kontrollfunktionen in operativen, leistungswirtschaftlichen Unternehmensprozessen, die wesentliche Informationen für die Aufstellung des Konzernabschlusses einschließlich Konzernlagebericht generieren;
- Maßnahmen, die die ordnungsmäßige IT-gestützte Verarbeitung von konzernrechnungslegungsbezogenen Sachverhalten und Daten sicherstellen;
- Maßnahmen zur Überwachung des konzernrechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems, insbesondere durch die interne Revision.

Chancen- und Risikofelder

Im Folgenden beschreiben wir die uns derzeit bekannten Chancen wie auch die Risikofelder, die die Entwicklung des Leifheit-Konzerns beeinflussen können.

Chancen

In den verschiedenen Tätigkeitsfeldern des Konzerns wollen wir auch in Zukunft die sich uns eröffnenden Chancen optimal nutzen. Unser Chancenpotenzial wird getragen von einer außerordentlich hohen Bekanntheit, die in Deutschland für die Marke Leifheit 89 Prozent und für Soehnle 82 Prozent erreicht, sowie von außergewöhnlichen Zufriedenheitswerten von über 90 Prozent der Käufer unserer Produkte. Vor allem die verlässliche funktionale Qualität unserer Marken schätzen Verbraucher seit Jahren.

Über die kontinuierliche Evaluierung unserer Chancenpotenziale hinaus haben wir jüngst umfangreiche Analysen erarbeiten lassen, die die heutigen und künftigen Bedürfnisprofile, Erwartungen und Wunschvorstellungen unserer Kunden untersucht haben. Dabei wurde deutlich, dass unsere Kunden sich in ihren Vorstellungen und Werten verändern.

Dazu gehört auch die Erkenntnis, dass solide Wertbegriffe nach wie vor einen hohen Stellenwert bei unseren Konsumenten haben. Die „Geiz ist geil“-Mentalität weicht zunehmend einem Trend zum bewussten Konsum: Qualität im Sinne von hohem Verbrauchernutzen, von Langlebigkeit und von attraktivem Design darf auch aus Verbrauchersicht ihren Preis haben. Mit derartig aufgestellten Produkten schaffen und festigen wir Vertrauen in unsere Marken – was im vergangenen Jahr die Erfolge des „Twist Systems“ und damit der gesamte Reinigungsbereich bewiesen haben.

Zusätzlich rücken auch differenzierende Wertvorstellungen wieder in den Fokus: Wettbewerbs- und Innovationsgedanken werden die nächsten Monate prägen. Hier kann sich der Leifheit-Konzern mit seinen innovationsstarken Marken auch weiterhin profilieren.

Die Ergebnisse dieser Analysen sind bereits in neue Produkte und Kommunikationselemente eingeflossen, ebenso wie in die Neuausrichtung unserer Unternehmensstrategie. Diese ist notwendig geworden, um Chancenpotenziale auch optimal nutzen zu können.

Im Zentrum unserer Markenstrategie steht künftig die Stärkung und Profilierung unserer Qualitätsmarken: Innovationen werden entlang der Verbraucherbedürfnisse entwickelt und durch entsprechendes Marketing flankiert. Unsere Kommunikation werden wir effizienter ausgestalten, indem wir verschiedene Maßnahmen (Fernsehwerbung, Warenpräsentationen am Verkaufsort, Öffentlichkeitsarbeit) zielführend integrieren.

Unsere neue Vertriebsstrategie zielt darauf ab, in den internationalen Kernmärkten deutlich zu wachsen. Das wollen wir sowohl durch organisches Wachstum als auch durch gegebenenfalls strategisch passende Zukäufe erreichen. Dabei konzentrieren wir uns in erster Linie auf den deutschsprachigen Raum, wie Frankreich, Spanien, Italien, Polen und Benelux sowie russische Metropolräume, wo wir die größten Chancen für eine stärkere Marktdurchdringung sehen.

Diese optimierte Zielsetzung erfordert auch eine Weiterentwicklung unserer Vertriebs- und Marketingorganisation, hin zu strategiegetriebenem Kunden- und Markenmanagement. Die größten Wachstumspotenziale sehen wir im Markengeschäft, in dem sich die regionale Fokussierung in geänderten Vertriebsstrukturen niederschlagen wird, so dass wir konzentriert die jeweiligen Märkte erobern können.

Gesamtwirtschaftliche und Branchenrisiken

Der konjunkturelle Aufschwung der Weltwirtschaft wird sich zwar auch 2011 fortsetzen. Durch den Wegfall zahlreicher Konjunkturprogramme und den Zwang zur Konsolidierung öffentlicher Haushalte könnte sich das Wirtschaftswachstum aber teilweise stärker abschwächen.

Die Entwicklung der Arbeitslosigkeit spielt für Leifheit eine dominierende Rolle, weil sie ganz entscheidenden Einfluss auf das Konsumverhalten der Menschen hat. Zu den gesamtwirtschaftlichen Risiken zählen auch die Zyklichkeit der Einzelmärkte im Inland wie im Ausland sowie die letztlich kaum prognostizierbare Entwicklung der Währungsrelationen, was für ein weltweit tätiges Unternehmen wie Leifheit nicht unwesentliche Bedeutung hat. Daneben dürfen auch die Branchenrisiken nicht übersehen werden, die vor allem in der weiteren Entwicklung des Handels sichtbar werden.

Unternehmensstrategische Risiken

Die unternehmensstrategischen Risiken lassen sich in drei Kategorien einteilen: Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in den Zielmärkten von Leifheit ist letztlich nicht prognostizierbar und wird von Faktoren geprägt, die sich außerhalb des Einflussbereichs eines einzelnen Unternehmens bewegen. In die zweite Kategorie fallen die unmittelbaren Auswirkungen von neuen unternehmensstrategischen Entscheidungen. Dazu zählen die Risiken aus Käufen, Verkäufen und Restrukturierungen genauso wie die Entscheidungen zur Ausweitung des internationalen Geschäfts. Schließlich birgt auch die Konzentration auf wenige einzelne Kunden, insbesondere in Deutschland und Frankreich, sowie die mögliche Abhängigkeit von einzelnen Produkten ein Risikopotenzial. Während ein Unternehmen bei gesamtwirtschaftlichen Veränderungen nur die Möglichkeit hat, schnell und effizient zu reagieren, besteht bei anstehenden unternehmensstrategischen Entscheidungen bereits im Vorfeld die Möglichkeit, potenzielle Gefahren auszuschließen. Zur Minimierung der unternehmensstrategischen Risiken trifft der Vorstand der Leifheit AG in enger Zusammenarbeit mit dem Aufsichtsrat alle entsprechenden Entscheidungen nach profunder und umfangreicher Analyse der damit potenziell verbundenen Risiken.

Finanzwirtschaftliche Risiken

■ Liquiditätsrisiko

Das Liquiditätsrisiko, d. h. das Risiko, aufgrund einer mangelhaften Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln bestehende oder zukünftige Zahlungsverpflichtungen nicht erfüllen zu können, wird zentral gemanagt. Zur Sicherstellung der jeweiligen Zahlungsfähigkeit werden liquide Mittel und Kreditlinien bereitgehalten, um konzernweit sämtliche geplanten Zahlungsverpflichtungen zur jeweiligen Fälligkeit erfüllen zu können. Die Liquidität wird hauptsächlich in Form von Tages- und Termingeldanlagen sowie einem Schuldscheindarlehen vorgehalten. Darüber hinaus stehen nicht in Anspruch genommene kurzfristige Kreditlinien in Höhe von 13,8 Mio € zur Verfügung.

■ Währungsrisiko

Da wir einen großen Anteil unseres Geschäfts außerhalb der Euroländer tätigen, können Währungsschwankungen das Ergebnis wesentlich beeinflussen. Das Währungsrisiko ist insbesondere für den US-Dollar und die Tschechische Krone bedeutsam. Die Währungsrisiken werden zentral erfasst. Zur Absicherung werden im Wesentlichen Devisentermingeschäfte eingesetzt. Der Umfang der Absicherung wird regelmäßig evaluiert. Translationsrisiken – also Bewertungsrisiken für Bilanzbestände aus der Umrechnung von Fremdwährungspositionen – werden grundsätzlich nicht abgesichert.

■ Zinsrisiko

Ein Zinsrisiko liegt nur für die Anlage der liquiden Mittel vor und ist beim derzeitigen Zinsniveau nicht relevant. Finanzverbindlichkeiten bestehen zurzeit nicht.

■ Kreditrisiko

Die Werthaltigkeit von Forderungen und anderen finanziellen Vermögenswerten kann beeinträchtigt werden, wenn Transaktionspartner ihren Verpflichtungen zur Bezahlung oder sonstigen Erfüllung nicht nachkommen. Zur effektiven Steuerung haben wir einen Risikomanagementprozess etabliert.

Es erfolgen Bonitätsanalysen der Exposures. Für alle wesentlichen Kunden werden Kreditlimite festgelegt. Ein großer Teil der Forderungen ist durch Kreditversicherungen abgedeckt. Zur weiteren Minimierung der Kreditrisiken werden Transaktionen nur im Rahmen festgelegter Limits mit Banken, die eine gute Bonität aufweisen, getätigt.

■ Sonstige Preisrisiken (insbesondere Rohstoffpreisrisiken)

Die Einkaufspreise für Rohstoffe, Resale-Produkte und Energie können je nach Marktsituation erheblich schwanken. Wie schon in der Vergangenheit kann es Zeiten geben, in denen wir gestiegene Einkaufspreise nicht oder nur verzögert an unsere Kunden weitergeben können. Wir reduzieren das Preisrisiko teilweise durch längerfristige Lieferverträge. Finanzderivate setzen wir nicht ein.

Weitere Risiken

■ Produktions- und Beschaffungsmarktrisiken

Die Produktions- und Logistikkapazitäten an einigen unserer Produktionsstandorte könnten z. B. durch technisches Versagen, Naturkatastrophen, Brand oder Lieferunterbrechungen bei Zulieferern beeinträchtigt werden. Das Gleiche trifft für unsere Lieferanten von Resale-Produkten (Handelswaren) zu. Gelingt es uns in diesen Fällen nicht, mit der Produktion auf andere Standorte auszuweichen oder alternative Lieferanten zu finden, kann es zu Umsatzrückgängen kommen. Wir reduzieren die Ausfallwahrscheinlichkeit unserer Standorte durch kontinuierliche wie auch präventive Instandhaltung, Brandschutz- und andere Vorsorgemaßnahmen. Für Großschäden und Betriebsunterbrechungen sind konzernweit entsprechend Versicherungen abgeschlossen. Das Risiko des Ausfalls von Lieferanten reduzieren wir durch die Auswahl zertifizierter leistungsstarker Zulieferer, die für Zuverlässigkeit, Qualität und Innovation stehen.

■ Produktqualitätsrisiken

Wir sind dem Risiko möglicher Produktmängel ausgesetzt, die auch zu Verletzungen bei Konsumenten führen bzw. dem Ansehen unserer Produkte schaden können. Zur Verringerung solcher Risiken führen wir intensive Qualitätskontrollen an eigenen Produktionsstandorten und auch bei Zulieferern durch. Eine Produkthaftpflichtversicherung minimiert das finanzielle Risiko.

■ Risiken der Informationstechnologien

Die Geschäftsprozesse sowie die interne und externe Kommunikation unseres Unternehmens basieren zunehmend auf Informationstechnologien. Eine wesentliche Störung oder gar ein Ausfall der dezentralen Systeme kann zu Datenverlust und Beeinträchtigung der Geschäftsprozesse führen. In Zusammenarbeit mit unseren IT-Dienstleistern und Implementierungspartnern werden durch organisatorische und technische Vorkehrungen sowie professionelles Projektmanagement die Risiken begrenzt.

■ Rechtliche Risiken

Wir sind dem Risiko ausgesetzt, dass Dritte Forderungen wegen Verletzung ihrer Schutzrechte, Patentrechte oder anderer Rechte geltend machen. Um dieses Risiko zu minimieren, werden neue Produkte, Designs und Namen überprüft, um eventuelle Konflikte mit Dritten zu identifizieren und zu vermeiden.

Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

Leifheit bewegt sich unserer Einschätzung nach in einem Chancen- und Risikoprofil, das für unser Unternehmen typisch und untrennbar mit unternehmerischem Handeln verbunden ist.

Hinsichtlich der erläuterten Risiken – und unter Berücksichtigung der Eintrittswahrscheinlichkeit – erwarten wir keine einzelnen oder aggregierten Risiken, welche die Unternehmensfortführung wesentlich gefährden.

Die Gesamtrisikosituation bleibt weiterhin überschaubar.

Nachtragsbericht

Ereignisse nach Ablauf des Geschäftsjahres 2010

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

Konzernumsätze auch 2011 über Vorjahresniveau

In den ersten beiden Monaten des neuen Geschäftsjahres 2011 konnten wir mit 35,4 Mio € den Umsatz des Vorjahres von 34,8 Mio € um 1,9 Prozent übertreffen.

Davon entfielen 16,5 Mio € auf das Inlandsgeschäft (Vorjahr: 16,0 Mio €). Bei einem Umsatz von 18,9 Mio €

(Vorjahr: 18,8 Mio €) auf den ausländischen Märkten betrug die Auslandsquote 53,5 Prozent (Vorjahr: 54,0 Prozent).

Aufgrund von Umsatz- und Aktionsverschiebungen in den März lag der Umsatz im Markengeschäft in den ersten beiden Monaten des Geschäftsjahres 2011 mit 28,2 Mio € knapp unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 28,5 Mio €). Dabei erhöhte sich der Inlandsumsatz leicht auf 15,3 Mio € (Vorjahr: 15,2 Mio €).

Im Volumengeschäft erzielten wir einen Umsatz von 7,2 Mio € (Vorjahr: 6,2 Mio €), davon 1,2 Mio € im Inland (Vorjahr: 0,8 Mio €).

Prognosebericht

Konjunkturerholung mit regional unterschiedlichen Geschwindigkeiten

Nachdem sich die Weltwirtschaft schneller als erwartet wieder positiv entwickelt, rechnet der Internationale Währungsfonds (IWF) für 2011 mit einem weltweiten Wachstum von 4,4 Prozent. Dennoch gibt es aus Sicht des IWF noch etliche ungelöste Probleme. Dazu zählen die starke Verschuldung der Industrieländer, der Mangel an umfassenden Finanzreformen sowie die hohen Rohstoffpreise. Die globale Wirtschaftserholung wird laut IWF auch 2011 regional unterschiedlich und mit zwei Geschwindigkeiten voranschreiten. In den Schwellen- und Entwicklungsländern wie z. B. China und Indien rechnet der IWF mit einem Plus von 6,5 Prozent für 2011. Hier boomt die Wirtschaft allerdings so stark, dass der Inflationsdruck deutlich gestiegen ist und Experten eine Überhitzung befürchten. Für die Industriestaaten sieht der IWF gedämpftere Wachstumsraten mit zum Teil weiter hohen Arbeitslosenzahlen und fürchtet wiederkehrende Krisensituationen wie zuletzt in der Euro-Zone. Diese wird nach den Prognosen des Fonds 2011 um 1,5 Prozent wachsen. Innerhalb der Euro-Zone wird Deutschland seine Rolle als Konjunkturlokomotive behalten: Neben dem starken Export soll die gestiegene Binnennachfrage 2011 zu einem Wachstum von 2,2 Prozent führen.

Die positiven Aussichten am deutschen Arbeitsmarkt unterstützen eine zunehmende Konsumneigung in der deutschen Bevölkerung. Die GfK erwartet, dass der private Konsum im Jahr 2011 mit einem Plus von 1,5 Prozent deutlich zulegt. Speziell im Non-Food-Handel erwarten die Experten mit geschätzten 1,7 Prozent Zuwachs einen weiteren Umsatzschub, allerdings wird dieser nicht mehr ganz so stark wie 2010 ausfallen.

Wachstumschancen schaffen und nutzen

Ebenso wie die jüngste Wirtschaftskrise hat auch der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland die Wertevorstellungen der Menschen verändert: Leistungsbezogene Werte wie Wettbewerb oder Innovation sind den Menschen inzwischen fast genauso wichtig wie ihr Hauptwunsch, in Sicherheit leben zu können. Die Bedeutung sozialer Werte wie Verantwortung, Vertrauen und Zuhause hat nur unwesentlich abgenommen. Analysen der GfK zeigen, dass bei den Verbrauchern ein anhaltender Trend hin zu Qualität und weg von der reinen Fokussierung auf den günstigsten Preis festzustellen ist: Galten die Deutschen früher als Angstsparer und äußerst preissensible Konsumenten, so achten sie heute immer stärker auf Qualität und geben ihr Geld zunehmend gerne und großzügig aus.

Hier eröffnen sich Chancen für verantwortungsvoll agierende Unternehmen und für qualitätsbewusste Marken mit einem klaren Markenbild, denen der Verbraucher ein hohes Vertrauen entgegenbringt. Der Leifheit-Konzern verfügt über starke Marken, die genau diesen Ansprüchen gerecht werden.

Wir haben uns für die kommenden Jahre das Ziel gesetzt, unseren Wachstumskurs nachhaltig auszubauen. Mit dem Restrukturierungsprogramm zur Effizienzsteigerung und der Fokussierung auf den Haushaltsbereich haben wir die Grundlage für weiteres Wachstum in Umsatz und Ertrag gelegt.

Dieses Ziel werden wir mit unserer Wachstumsstrategie, die mit dem Motto „Leifheit Go! – Growing (by) Opportunities“ kommuniziert wird, auf zwei Wegen erreichen:

- Zum einen mit einer am Verbrauchernutzen orientierten Marken- und Kommunikationsstrategie, aus der sich auch die Ausrichtung künftiger Innovationen ableitet. Konkret bedeutet das: Qualitativ hochwertige Produkte mit hohem Verbrauchernutzen, die neben einer einzigartigen Funktionalität auch herausragendes Design bieten, bringen wir mit zielgruppenspezifischen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen in den Markt.
- Zum anderen fließt das strategiegetriebene Kunden- und Markenmanagement auch in einen optimierten Aufbau unserer Vertriebsstrukturen ein, um die Wachstumspotenziale in unseren internationalen Kernmärkten zu heben. Neben organischem Wachstum planen wir auch strategisch passende Zukäufe, mit denen wir unsere Top-Positionen im europäischen Markt ausbauen können.

Unabdingbar für nachhaltiges Wachstum sind attraktive Produkte mit erkennbarem Mehrwert. Unsere Innovationskraft haben wir mit den auf der Frankfurter Frühjahrsmesse Ambiente vorgestellten Neuheiten eindrucksvoll bewiesen: 2011 werden wir wieder zahlreiche Innovationen in den Markt bringen, mit denen wir unsere Kompetenz in den Bereichen Reinigen, Wäsche, Küche und Wellbeing weiter ausbauen. Gemeinsam mit kontinuierlichen Projekten zur Strukturkostensenkung bildet dieses umfassende Maßnahmenbündel ein erfolgversprechendes Wachstumsprogramm für den Leifheit-Konzern.

Vor diesem Hintergrund sind wir zuversichtlich, 2011 und 2012 bei dem prognostizierten Konjunkturverlauf ein Umsatzwachstum von circa 3 bis 5 Prozent jährlich zu erzielen. Unter der Voraussetzung nur moderat ansteigender Rohstoffpreise streben wir in den Jahren 2011 und 2012 währungsbereinigt jeweils eine überproportionale Ergebnissteigerung im zweistelligen Bereich an.

Konzernabschluss

für das Geschäftsjahr 2010

Inhalt	Seite
Konzern-Gesamtergebnisrechnung	70
Konzernbilanz	71
Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals	72
Konzern-Segmentberichterstattung	73
Konzern-Kapitalflussrechnung	74
Konzernanhang	
Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	75
Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung	93
Erläuterungen zur Konzernbilanz	102
Organe der Leifheit AG	126

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

T €	Anhang	2010	2009 angepasst
Umsatzerlöse	1	210.950	206.780
Kosten der Umsatzerlöse	2	-121.612	-119.511
Bruttoergebnis		89.338	87.269
Forschungs- und Entwicklungskosten	3	-3.746	-3.687
Vertriebskosten	6	-66.335	-64.986
Verwaltungskosten	7	-11.355	-13.116
Sonstige betriebliche Erträge	8	1.826	1.178
Sonstige betriebliche Aufwendungen	9	-1.243	-2.766
Fremdwährungsgewinne/-verluste	10	309	-761
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern / EBIT aus fortzuführendem Geschäft		8.794	3.131
Zinserträge	11	707	347
Zinsaufwendungen	11	-2.827	-2.354
Sonstiges Finanzergebnis	12	-668	-
Ergebnis vor Ertragsteuern / EBT aus fortzuführendem Geschäft		6.006	1.124
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	13	-554	-1.446
Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft		5.452	-322
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	14	10.948	3.429
Periodenergebnis		16.400	3.107
Ergebnisneutrale Bestandteile des Gesamtergebnisses nach Steuern			
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	15	-953	83
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	15	-610	38
Gesamtergebnis nach Steuern		14.837	3.228
Vom Periodenergebnis entfallen auf			
Minderheitsgesellschafter	16	7	-12
Anteilseigner des Mutterunternehmens		16.393	3.119
Periodenergebnis		16.400	3.107
Vom Gesamtergebnis entfallen auf			
Minderheitsgesellschafter	16	7	-12
Anteilseigner des Mutterunternehmens		14.830	3.240
Gesamtergebnis nach Steuern		14.837	3.228
Ergebnis je Aktie aus fortzuführendem Geschäft (unverwässert und verwässert)	17	1,15 €	-0,06 €
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	17	3,45 €	0,66 €

Konzernbilanz

T €	Anhang	31.12.2010	31.12.2009
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	18	26.256	32.730
Finanzielle Vermögenswerte	19	20.000	–
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	20	45.511	56.953
Vorräte	21	39.371	51.231
Forderungen aus Ertragsteuern		1.396	624
Derivative Finanzinstrumente	22	123	–
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	23	4.636	5.093
Summe kurzfristige Vermögenswerte		137.293	146.631
Langfristige Vermögenswerte			
Finanzielle Vermögenswerte	24	62	601
Sachanlagevermögen	25	35.909	44.265
Immaterielle Vermögenswerte	26	20.305	21.717
Latente Steueransprüche	13	5.179	4.773
Forderungen aus Ertragsteuern	27	4.051	4.597
Sonstige langfristige Vermögenswerte	28	4.187	260
Summe langfristige Vermögenswerte		69.693	76.213
Summe Vermögenswerte		206.986	222.844
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	29	52.677	58.777
Derivative Finanzinstrumente	22	897	95
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		121	385
Rückstellungen	30	5.210	5.002
Sonstige kurzfristige Schulden	31	33	3.694
Summe kurzfristige Schulden		58.938	67.953
Langfristige Schulden			
Rückstellungen	30	2.799	3.805
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	32	41.344	44.077
Latente Steuerschulden	13	2.270	2.476
Sonstige langfristige Schulden		119	3.604
Summe langfristige Schulden		46.532	53.962
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	33	15.000	15.000
Kapitalrücklage	34	16.934	16.934
Eigene Anteile	46	-7.685	-7.685
Gewinnrücklagen	35	74.364	73.193
Umrechnungsrücklage	35	2.813	3.404
Minderheitenanteile	36	90	83
Summe Eigenkapital		101.516	100.929
Summe Eigenkapital und Schulden		206.986	222.844

Entwicklung des Konzern-Eigenkapitals

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

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Gewinnrücklagen	Umrücklage	Summe
Stand zum 1.1.2009	15.000	16.934	-7.686	72.996	3.211	100.455
Dividenden	-	-	-	-2.850	-	-2.850
Ausgabe von eigenen Anteilen	-	-	1	-	-	1
Umgliederung	-	-	-	-72	72	-
Gesamtergebnis	-	-	-	3.119	121	3.240
davon Periodenergebnis	-	-	-	3.119	-	3.119
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	83	83
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	38	38
Stand zum 31.12.2009	15.000	16.934	-7.685	73.193	3.404	100.846
Dividenden	-	-	-	-14.250	-	-14.250
Umgliederung	-	-	-	-972	972	-
Gesamtergebnis	-	-	-	16.393	-1.563	14.830
davon Periodenergebnis	-	-	-	16.393	-	16.393
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-953	-953
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-610	-610
Stand zum 31.12.2010	15.000	16.934	-7.685	74.364	2.813	101.426

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

T €	Anteile Eigner Mutterunternehmen	Minderheitenanteile	Summe Eigenkapital
Stand zum 1.1.2009	100.455	95	100.550
Dividenden	-2.850	-	-2.850
Ausgabe von eigenen Anteilen	1	-	1
Umgliederung	-	-	-
Gesamtergebnis	3.240	-12	3.228
davon Periodenergebnis	3.119	-12	3.107
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	83	-	83
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	38	-	38
Stand zum 31.12.2009	100.846	83	100.929
Dividenden	-14.250	-	-14.250
Umgliederung	-	-	-
Gesamtergebnis	14.830	7	14.837
davon Periodenergebnis	16.393	7	16.400
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-953	-	-953
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-610	-	-610
Stand zum 31.12.2010	101.426	90	101.516

Konzern-Segmentberichterstattung

Die Kennzahlen nach Unternehmensbereichen stellen sich im Berichtsjahr wie folgt dar:

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen 2010		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	164	47	211
Ergebnis (EBIT)	Mio €	2,8	6,0	8,8
Abschreibungen	Mio €	6,5	1,2	7,7
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		752	385	1.137

Im Vorjahr zeigten sie sich wie folgt:

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen 2009		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	162	45	207
Ergebnis (EBIT)	Mio €	-2,5	5,6	3,1
Abschreibungen	Mio €	8,5	1,2	9,7
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		770	383	1.153

Die Segmentberichterstattung bezieht sich auf das fortzuführende Geschäft, die Erläuterungen sind im Anhang unter Punkt 38 dargestellt.

Konzern-Kapitalflussrechnung

T €	Anhang	2010	2009
Periodenergebnis aus fortzuführendem Geschäft		5.452	-322
Periodenergebnis aus nicht fortzuführendem Geschäft - operativ		1.630	3.429
Berichtigungen für			
Aufwand für die Ausgabe von Belegschaftsaktien		-	1
Abschreibungen	4	8.905	10.992
Nettoveränderung der Anteile an Gemeinschaftsunternehmen		-	908
Zunahme der Rückstellungen	30 / 32	919	1.422
Verlust aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens		34	2
Zunahme/Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	21 / 23	-7.217	22.326
Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	29	2.243	5.062
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		11.966	43.820
Erwerb von konsolidierten Unternehmen und Geschäftsfeldern		-5.593	-
Veräußerung eines Unternehmensbereichs		28.954	-
Erwerb von Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten	25 / 26	-6.227	-7.488
Investitionen in das Finanzanlagevermögen	24	-200	-2
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gegenständen des Anlagevermögens		182	644
Cashflow aus Investitionstätigkeit		17.116	-6.846
Gezahlte Dividenden an die Aktionäre der Muttergesellschaft	35	-14.250	-2.850
Auszahlungen aus der Tilgung von Bankkrediten		-	-7.672
Auszahlungen in Finanzielle Vermögenswerte	19	-20.000	-
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-34.250	-10.522
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	16 / 25	323	70
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	18	-4.845	26.522
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode		32.730	6.208
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode (inklusive des veräußerten Unternehmensbereichs)		27.885	32.730
Finanzmittelbestand des veräußerten Unternehmensbereichs		-1.629	-
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode		26.256	32.730
Gezahlte Steuern vom Einkommen und Ertrag		-1.639	-2.707
Gezahlte Zinsen		-29	-108
Erhaltene Zinsen		200	99

Konzernanhang: Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Allgemeine Angaben

Die Leifheit AG mit Sitz in Nassau konzentriert sich auf die Entwicklung und den Vertrieb hochwertiger Markenprodukte für ausgewählte Lebensbereiche im Haus.

Der Konzernabschluss für das Jahr 2010 ist nach § 315 a 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 2010 verpflichtend anzuwendenden International Accounting Standards (IAS) bzw. International Financial Reporting Standards (IFRS) und Auslegungen des International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC), vormals Standing Interpretations Committee (SIC), wurden berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden nach denselben Grundsätzen ermittelt.

Der in Euro aufgestellte Abschluss 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 Gesamtergebnisrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt worden.

Der Konzernabschluss wird dem Aufsichtsrat am 4. April 2011 zur Billigung vorgelegt. Die Veröffentlichung erfolgt dann umgehend.

Konsolidierungsgrundsätze

Der Abschluss des Konzerns umfasst die Leifheit AG und die von ihr beherrschten Gesellschaften. Diese Beherrschung ist nachgewiesen, wenn der Konzern direkt oder indirekt über die Mehrheit der Stimmrechte eines Unternehmens verfügt und/oder die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens derart bestimmen kann, dass er von dessen Aktivitäten profitiert. Das Minderheitsgesellschaftern zuzurechnende Eigenkapital und ihr Anteil am Periodenergebnis werden in der Bilanz, innerhalb des Eigenkapitals, und in der Gesamtergebnisrechnung als Verwendung des Periodenergebnisses jeweils gesondert ausgewiesen.

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.

Für Unternehmenserwerbe wird die Erwerbsmethode gemäß IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) angewendet. Alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden werden mit ihrem beizulegenden Wert zum Erwerbzeitpunkt bewertet. Minderheitenanteile werden folglich zu deren Anteil an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt. Soweit die Anschaffungswerte der Beteiligungen den Konzernanteil am so ermittelten Nettovermögen der jeweiligen Gesellschaft übersteigen, entstehen zu aktivierende Geschäfts- oder

Firmenwerte (Goodwills). 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. Passive Unterschiedebeträge werden erfolgswirksam erfasst.

Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenszusammenschlüssen, die vor dem 1. Januar 2010 stattfanden, wurden zum Zeitwert am Bilanzstichtag bilanziert. Die Anpassungen in den Verbindlichkeiten werden weiterhin erfolgsneutral mit dem Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill) verrechnet.

Erworbene Unternehmen werden ab dem Erwerbszeitpunkt in den Konzernabschluss einbezogen. Konzerninterne Salden und Geschäftsvorfälle und daraus resultierende nicht realisierte konzerninterne Gewinne und Verluste werden in voller Höhe eliminiert. Auf temporäre Unterschiede aus der Konsolidierung werden die nach IAS 12 erforderlichen Steuerabgrenzungen vorgenommen. Für die Abschlüsse der Jahre 2010 und 2009 wurden dieselben Konsolidierungsmethoden angewendet.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss sind neben der Leifheit AG die folgenden inländischen und ausländischen Unternehmen einbezogen worden. Bei diesen Unternehmen verfügt die Leifheit AG zum 31. Dezember 2010 unmittelbar oder mittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte.

Name der Gesellschaft	Zeitpunkt der Erstkonsolidierung	Kapital- und Stimmrechtsanteile 2010 in %
Leifheit Espana S.A., Madrid (E)	1.1.1989	100,0
Leifheit s.r.o., Blatná (CR)	1.1.1995	100,0
Leifheit International U.S.A. Inc., Melville, 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	51,0
Herby Industrie S.A.S., La Loupe (F) *	1.7.2008	100,0
Herby Tunisie s.a.r.l., Sousse (TUN) *	1.7.2008	100,0
Leifheit France S.A.S., Paris (F)	23.11.2009	100,0

* mittelbare Beteiligung

Aufgrund der Veräußerung des Badbereichs wurden im zweiten Quartal 2010 die Kleine Wolke AG (CH), die Kleine Wolke Textilgesellschaft mbH & Co. KG (D), die Spirella S.A. (CH), die Spirella France s.a.r.l. (F) und die Spirella GmbH (D) entkonsolidiert.

Am 16. Juli 2010 erwarb die Leifheit France S.A.S. die ausstehenden 40 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der nicht börsennotierten Herby Industrie S.A.S., zu deren Erwerb man sich für 2010 und 2011 bereits verpflichtet hatte. Damit hält der Leifheit-Konzern nun 100 Prozent der Anteile der Herby Industrie S.A.S. In den Geschäftsjahren 2008 und 2009 wurden bereits 100 Prozent der Anteile konsolidiert.

Weiterhin wurde im Geschäftsjahr 2010 die BTF Textilwerke GmbH auf die Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH verschmolzen. Das operative Geschäft wurde vorab im Rahmen des Verkaufs des Badbereichs auf die Kleine Wolke GmbH & Co. KG ausgegliedert. Die Meusch-Wohnen-Bad und Freizeit GmbH hat ihren Sitz nach Nassau (D) verlegt.

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, welche wirtschaftlich gesehen als Teil einer Nettoinvestition (z. B. langfristige Darlehen mit eigenkapital-eretzendem 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 einer gesonderten Rücklage im Eigenkapital ausgewiesen. Währungsdifferenzen, die sich gegenüber der Vorjahresumrechnung ergeben, werden erfolgsneutral in diese Umrechnungsrücklage eingestellt.

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

Währungsumrechnung für 1 €	Mittelkurs am Bilanzstichtag		Jahresdurchschnittskurs	
	31.12.2010	31.12.2009	2010	2009
Britisches Pfund	0,86	0,89	0,86	0,89
Schweizer Franken	1,24	1,49	1,24	1,51
Tschechische Kronen	25,18	26,41	25,39	26,51
US-Dollar	1,33	1,43	1,34	1,39
Japanische Yen	108,59	132,59	108,59	129,84
Neuer rumänischer Lei	4,29	4,24	4,22	4,21
Tunesischer Dinar	1,92	1,89	1,90	1,84

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). Dabei werden insbesondere die Kosten berücksichtigt, die auf den spezifischen Kostenstellen anfallen.

Den Bestandsrisiken der Vorratshaltung, die sich aus geminderter Verwertbarkeit 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 Gesamtergebnisrechnung ausgewiesen.

Die Anschaffungs- oder Herstellungskosten einer Sachanlage umfassen den Kaufpreis einschließlich Einfuhrzölle und im Zusammenhang mit dem Erwerb anfallende, nicht erstattungsfähige 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.

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
EDV-Anlagen	3 – 5
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 Leasing Schuld 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 aus erwarteter Nutzungsdauer und Laufzeit des Leasingverhältnisses vollständig abgeschrieben.

Leasingzahlungen für Operating-Leasingverhältnisse werden linear über die Laufzeit des Leasingverhältnisses als Aufwand in der Gesamtergebnisrechnung 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 fünf und fünfzehn 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. Software wird über einen Zeitraum von drei bis acht Jahren linear abgeschrieben.

Marken

Beträge, die für den Erwerb von Marken gezahlt werden, werden aktiviert. Marken werden gemäß IAS 38 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 Tage des Kaufs erworbenen Anteil an den Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden wird als Geschäfts- oder Firmenwert bezeichnet und als ein 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 welcher 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 welcher der Vermögenswert gehört, ermittelt.

Forschungs- und Entwicklungskosten

Entwicklungskosten für neu entwickelte Produkte 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. Da diese Voraussetzungen im Leifheit-Konzern nicht alle erfüllt sind, werden Entwicklungskosten nicht aktiviert.

Forschungskosten sind gemäß IAS 38 grundsätzlich nicht aktivierungsfähig und werden somit unmittelbar als Aufwand in der Gesamtergebnisrechnung erfasst.

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 sind latente Steueransprüche aus steuerlichen Verlustvorträgen zu erfassen.

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 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.

Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer / Pensionsrückstellungen

Die versicherungsmathematische Bewertung der aus den leistungsorientierten Plänen resultierenden Verpflichtung (Defined Benefit Obligation) beruht auf dem in IAS 19 vorgeschriebenen Anwartschaftsbarwertverfahren für Leistungszusagen auf Altersversorgung. Bei diesem Verfahren werden neben den am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften auch künftig zu erwartende Steigerungen von Gehältern und Renten berücksichtigt. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden erfolgswirksam erfasst, wenn der Saldo der kumulierten, nicht erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste für jeden einzelnen Plan zum Ende der vorherigen Berichtsperiode den höheren der beiden Beträge aus 10 Prozent der leistungsorientierten Verpflichtung oder 10 Prozent des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens übersteigt. Diese Gewinne und Verluste werden über die erwartete durchschnittliche Restdienstzeit der vom Plan erfassten Arbeitnehmer realisiert.

Eigenkapital

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

Umrechnungsrücklagen werden 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 der gleichen Periode als Ertrag oder Aufwand ausgewiesen, in der auch der Gewinn oder Verlust aus dem Abgang ausgewiesen wird.

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 werden mangels formeller Designation als Sicherungsinstrument nach IAS 39 als zum beizulegenden Zeitwert bewertete 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 bewertet.

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.

Zur Veräußerung verfügbare Finanzinvestitionen sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte, die als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert und keiner anderen Kategorie zugeordnet sind. Nach der erstmaligen Bewertung werden zur Veräußerung gehaltene Finanzinvestitionen zum beizulegenden Zeitwert bewertet, wobei Gewinne oder Verluste nach Abzug von Ertragsteuereffekten in einer separaten Position des Eigenkapitals erfasst werden. Zu dem Zeitpunkt, an dem die Finanzinvestition ausgebucht oder an dem eine dauerhafte Wertminderung für die Finanzinvestition festgestellt wird, wird der zuvor im Eigenkapital erfasste kumulierte Gewinn oder Verlust erfolgswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Der beizulegende Zeitwert von Finanzinvestitionen, die auf organisierten Märkten gehandelt werden, wird durch Bezugnahme auf den an der Börse notierten Geldkurs am Bilanzstichtag ermittelt. Der beizulegende Zeitwert von Finanzinvestitionen, für die kein aktiver Markt besteht, wird unter Anwendung von Bewertungsmethoden geschätzt. Ist kein aktiver Markt vorhanden und können die beizulegenden Zeitwerte nicht zuverlässig geschätzt werden, erfolgt der Ansatz zu fortgeführten Anschaffungskosten. Hierunter fallen Beteiligungen und sonstige Finanzanlagen, welche zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden.

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.

Derivative Finanzinstrumente

Derivative Finanzinstrumente werden sowohl zu dem Zeitpunkt, zu dem der entsprechende Vertrag abgeschlossen wird, als auch in den Folgeperioden zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Derivative Finanzinstrumente werden als Vermögenswerte angesetzt, wenn ihr beizulegender Zeitwert positiv ist, und als Schulden, wenn ihr beizulegender Zeitwert negativ ist.

Im Konzern werden als derivative Finanzinstrumente hauptsächlich Devisentermingeschäfte eingesetzt. Deren beizulegender Zeitwert wird zum jeweiligen Stichtagskurs ermittelt.

Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten

Der Konzern ermittelt zu jedem Bilanzstichtag, ob Anhaltspunkte für eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts oder einer Gruppe von finanziellen Vermögenswerten, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, vorliegen. Für zur Veräußerung verfügbare Finanzinvestitionen 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 der zuvor direkt im Eigenkapital erfasste kumulierte Verlust erfolgswirksam gebucht.

Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Schulden

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 bzw. sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt grundsätzlich erst dann, wenn die Leistungen erbracht bzw. die Waren oder Erzeugnisse geliefert worden sind, d. h. der Gefahrenübergang auf den Kunden realisiert worden ist.

Erträge aus Vermögenswerten, für die eine Rückkaufverpflichtung (Buyback-Verträge) einer Konzerngesellschaft besteht, werden erst dann realisiert, wenn die Vermögenswerte den Konzern endgültig verlassen haben. Bis zu diesem Zeitpunkt sind sie in den Vorräten bilanziert.

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-, Ausgangsfracht-, Werbe-, Verkaufsförderungs-, Marktforschungs- und Kundendienstkosten enthalten.

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

Kostensteuern, wie z. B. Grundsteuer und Kfz-Steuer, werden verursachungsgerecht den Herstellungs-, Forschungs- und Entwicklungs-, Vertriebs- oder Verwaltungskosten zugeordnet.

Aufgrund der Einführung eines neuen ERP-Systems wurden im Geschäftsjahr 2010 Änderungen von Zuordnungen zu Funktionsbereichen vorgenommen. Die entsprechenden Vorjahreswerte wurden vergleichbar dargestellt. Weiterhin wurde die Umlagensystematik von Sekundärbereichen geändert. Daher sind einzelne Kostenarten innerhalb der Funktionsbereiche mit dem Vorjahr nur eingeschränkt vergleichbar.

Fremdkapitalkosten

Alle Fremdkapitalkosten werden in der Periode als Aufwand erfolgswirksam erfasst, in der sie anfallen. Qualifizierte Vermögenswerte, für die eine Einbeziehung von Fremdkapitalkosten in deren Herstellungskosten verpflichtend wäre, bestehen im Konzern nicht.

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 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, 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 Geschäftswerten getroffenen wichtigsten Annahmen und Schätzungen werden unter Erläuterung 26, die Annahmen und Schätzungen im Zusammenhang mit der Bilanzierung der Pensionsverpflichtungen unter Erläuterung 32 und die Annahmen und Schätzungen im Zusammenhang mit der Bilanzierung der latenten Steueransprüche unter Erläuterung 13 dargestellt.

Ab 2010 verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards

Leifheit hat im Geschäftsjahr die nachfolgenden neuen und für die Geschäftstätigkeit des Konzerns relevanten IFRS Standards angewandt. Aus der Anwendung dieser Standards ergaben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse

Der überarbeitete Standard IAS 27 wurde im Januar 2008 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnt. Der Standard schreibt vor, dass eine Veränderung der Beteiligungshöhe an einem Tochterunternehmen, die nicht zum Verlust der Beherrschung führt, als Transaktion mit Anteilseignern in ihrer Eigenschaft als Anteilseigner bilanziert wird. Aus einer solchen Transaktion kann daher weder ein Geschäfts- oder Firmenwert noch ein Gewinn oder Verlust resultieren. Bei Verlust der Beherrschung einer Tochtergesellschaft ist die verbliebene Beteiligung mit dem beizulegenden Zeitwert neu zu bewerten und im Rahmen der Ermittlung des Veräußerungsergebnisses zu berücksichtigen. Von der Tochtergesellschaft erlittene Verluste sind auf die Eigentümer des Mutterunternehmens und die Anteile ohne beherrschenden Einfluss (bisher als „Minderheitsanteile“ bezeichnet) selbst dann aufzuteilen, wenn dies dazu führt, dass die Anteile ohne beherrschenden Einfluss einen Negativsaldo aufweisen. Die Übergangsbestimmungen sehen hierfür eine prospektive Anwendung vor. Für Vermögenswerte und Schulden, die aus solchen Transaktionen vor dem Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung des neuen Standards resultieren, ergeben sich daher keine Änderungen. Da in der Berichtsperiode der erstmaligen Anwendung im Konzern weder eine der genannten Transaktionen stattgefunden hat noch ein negativer Betrag bei den Minderheitsanteilen aufgetreten ist, ergeben sich aus der Anwendung dieses Standards keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse

Der überarbeitete Standard IFRS 3 wurde im Januar 2008 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnt. Der Standard wurde im Rahmen des Konvergenzprojekts von IASB und FASB einer umfassenden Überarbeitung unterzogen. Die wesentlichen Änderungen betreffen insbesondere die Einführung eines Wahlrechts bei der Bewertung von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (bisher als „Minderheitsanteile“ bezeichnet), die entweder zum beizulegenden Zeitwert oder zum entsprechenden Anteil des identifizierbaren Nettovermögens des erworbenen Unternehmens zu bewerten sind. Hervorzuheben sind weiterhin die erfolgswirksame Neubewertung zuvor gehaltener Anteile bei erstmaliger Erlangung der Beherrschung (sukzessiver Unternehmenserwerb), die zwingende Berücksichtigung einer Gegenleistung zum Erwerbszeitpunkt, die an das Eintreten künftiger Ereignisse geknüpft ist, sowie die ergebniswirksame Behandlung von Transaktionskosten. Diese Neuregelungen werden sich auf die Ansatzhöhe des Geschäfts- oder Firmenwerts, auf das Ergebnis der Berichtsperiode, in der ein Unternehmenszusammenschluss erfolgt, und auf künftige Ergebnisse auswirken. Die Übergangsbestimmungen sehen eine prospektive Anwendung der Neuregelung vor. Für Vermögenswerte und Schulden, die aus Unternehmenszusammenschlüssen vor der erstmaligen Anwendung des neuen Standards resultieren, ergeben sich keine Änderungen. Da in der Berichtsperiode im Konzern kein Unternehmenszusammenschluss stattfand, ergaben sich aus der Anwendung dieses Standards keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Änderung des IFRS 5 im Rahmen von Verbesserungen zu IFRS 2008

Die Änderungen aus dem Improvementsprojekt 2008 wurden im Mai 2008 veröffentlicht und sind – mit Ausnahme von IFRS 5 (hier ab dem 1. Juli 2009) – erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2009 beginnt. Mit der Änderung des IFRS 5 wurde klargestellt, dass auch dann sämtliche Vermögenswerte und Schulden eines Tochterunternehmens, dessen geplante Veräußerung den Verlust der Beherrschung zur Folge hat, als zur Veräußerung gehalten einzustufen sind, wenn dem Unternehmen nach der Veräußerung ein Anteil ohne beherrschenden Einfluss am ehemaligen Tochterunternehmen verbleibt.

IFRS 2 Anteilsbasierte Vergütung:

Es wurde klargestellt, dass die Einbringung eines Geschäftsbereichs bei Gründung eines Joint Ventures sowie Zusammenschlüsse von Unternehmen unter gemeinsamer Beherrschung nicht in den Anwendungsbereich von IFRS 2 fallen.

IFRS 5 Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche:

Es wurde klargestellt, dass für langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen, die als zur Veräußerung gehalten klassifiziert sind, und aufgegebene Geschäftsbereiche grundsätzlich allein die Angabepflichten des IFRS 5 einschlägig sind. Die in anderen IFRS vorgesehenen Angabepflichten sind nur dann zu beachten, wenn die jeweiligen Standards oder Interpretationen diese Angaben ausdrücklich für Vermögenswerte nach IFRS 5 und aufgegebene Geschäftsbereiche fordern.

IFRS 8 Geschäftssegmente:

Es wurde klargestellt, dass Segmentvermögenswerte und Segmentschulden nur dann ausgewiesen werden müssen, wenn diese Vermögenswerte und Schulden der verantwortlichen Unternehmensinstanz regelmäßig gemeldet werden.

IAS 1 Darstellung des Abschlusses:

Die in Übereinstimmung mit IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung als zu Handelszwecken gehalten klassifizierten Vermögenswerte und Schulden dürfen in der Bilanz nicht automatisch als kurzfristig klassifiziert werden.

IAS 7 Kapitalflussrechnungen:

Es wurde festgestellt, dass nur solche Ausgaben, die zur Erfassung eines Vermögenswerts führen, als Cashflows aus der Investitionstätigkeit eingestuft werden können.

IAS 17 Leasingverhältnisse:

Die speziellen Leitlinien zur Einstufung von Leasingverhältnissen bei Grundstücken wurden aufgehoben. Es gelten künftig die generellen Leitlinien.

IAS 18 Umsatzerlöse:

Der Board hat zur Beantwortung der Frage, ob ein Unternehmen als Auftraggeber oder Vermittler handelt, weitere Leitlinien verfasst. Für diese Änderung im Anhang zum IAS 18, der nicht Bestandteil des Standards ist, sind keine zeitlichen Anwendungsbestimmungen vorgesehen, sodass sie mit der Veröffentlichung in Kraft getreten ist.

IAS 36 Wertminderung von Vermögenswerten:

Es wird klargestellt, dass eine zahlungsmittelgenerierende Einheit, zu der ein im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbener Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wird, nicht größer sein darf als ein Geschäftssegment im Sinne von IFRS 8 vor der Aggregation nach den dort genannten Kriterien.

IAS 38 Immaterielle Vermögenswerte:

Ist ein im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbener immaterieller Vermögenswert nur zusammen mit einem anderen immateriellen Vermögenswert identifizierbar, so kann der Erwerber die Gruppe dieser immateriellen Vermögenswerte als einen einzelnen Vermögenswert ansetzen, wenn einzelne Vermögenswerte dieser Gruppe

gleiche Nutzungsdauer aufweisen. Weiterhin wird festgestellt, dass die im Standard genannten Methoden zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von immateriellen Vermögenswerten, die im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworben werden, lediglich Beispiele darstellen. Den Unternehmen steht es frei, andere Methoden zu verwenden.

[IFRIC 9 Neubeurteilung eingebetteter Derivate:](#)

IFRIC 9 findet keine Anwendung auf eine mögliche Neubeurteilung zum Zeitpunkt des Unternehmenserwerbs von eingebetteten Derivaten in Verträgen, die im Rahmen von Zusammenschlüssen von Unternehmen oder Geschäftseinheiten unter gemeinsamer Beherrschung oder bei der Gründung eines Joint Venture erworben wurden.

Künftig verpflichtend anzuwendende neue Rechnungslegungsstandards

Der IASB hat nachfolgend aufgelistete Standards und Interpretationen veröffentlicht, die bereits im Rahmen des Komitologieverfahrens in das EU-Recht übernommen wurden, aber im Geschäftsjahr 2010 noch nicht verpflichtend anzuwenden waren. Der Konzern wendet die hier angegebenen für Leifheit relevanten Standards und Interpretationen nicht vorzeitig an.

[IAS 24 Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen](#)

Der überarbeitete Standard IAS 24 wurde im November 2009 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnt. Damit wurden zum einen die Definition der nahestehenden Unternehmen und Personen überarbeitet, um die Identifizierung von Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen zu erleichtern, und zum anderen die einer öffentlichen Stelle nahestehenden Unternehmen partiell von der Angabepflicht über Geschäftsvorfälle mit dieser öffentlichen Stelle und anderen dieser öffentlichen Stelle nahestehenden Unternehmen befreit. Der Standard sieht retrospektive Anwendung vor.

Aus der Erweiterung der Definition werden künftig voraussichtlich weitere Angaben über den Kreis der nahestehenden Unternehmen des Konzerns resultieren. Die Anwendung der überarbeiteten Definition wird derzeit überprüft. Die Änderung wird jedoch keine Auswirkungen auf den Ansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden im Konzernabschluss und die Ergebnisse in künftigen Geschäftsjahren haben.

[Änderung von IAS 32 – Klassifizierung von Bezugsrechten](#)

Die Änderung von IAS 32 wurde im Oktober 2009 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Februar 2010 beginnt. Die Definition einer finanziellen Verbindlichkeit wurde angepasst, um die Einstufung bestimmter Bezugsrechte (sowie bestimmter Optionen und Optionsscheine) als Eigenkapital dann zu ermöglichen, wenn das Unternehmen diese Rechte allen gegenwärtigen Eigentümern derselben Klasse seiner nicht-derivativen Eigenkapitalinstrumente anbietet, um eine feste Anzahl von Eigenkapitalinstrumenten des Unternehmens zu einem festen Betrag in einer beliebigen Währung zu erwerben. Der Standard sieht retrospektive Anwendung vor.

Aufgrund dieser Neuregelung werden Bezugsrechte, die bisher bilanziell als Derivate behandelt wurden, nunmehr als Eigenkapitalinstrumente eingestuft. Die erfolgswirksame Vereinnahmung von Änderungen des beizulegenden Zeitwerts entfällt insofern künftig. Da der Konzern derartige Bezugsrechte nicht eingeräumt hat, werden aus dieser Regelung keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage resultieren.

Änderung von IFRIC 14 – Vorauszahlungen im Rahmen von Mindestdotierungsverpflichtungen

Die Änderung von IFRIC 14 wurde im November 2009 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnt. Die Anwendung der im Juli 2007 veröffentlichten Interpretation IFRIC 14, mit der eine Begrenzung eines sich ergebenden Vermögenswerts aus einem leistungsorientierten Plan auf seinen erzielbaren Betrag erreicht werden sollte, hatte für Unternehmen in bestimmten Ländern einige nicht beabsichtigte Konsequenzen. Die erfolgte Änderung soll es den Unternehmen ermöglichen, einen Vermögenswert für Vorauszahlungen auf Mindestdotierungsverpflichtungen zu erfassen. Die Änderung sieht retrospektive Anwendung vor.

Da alle leistungsorientierten Pensionspläne des Konzerns derzeit eine bilanzielle Unterdeckung aufweisen, werden aus dieser Interpretation keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns erwartet.

IFRIC 19 Ablösung finanzieller Verbindlichkeiten mit Eigenkapitalinstrumenten

Die IFRIC Interpretation 19 wurde im November 2009 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnt. Diese Interpretation stellt klar, dass bei einer Begebung von Eigenkapitalinstrumenten an Gläubiger zwecks Tilgung einer finanziellen Verbindlichkeit diese Eigenkapitalinstrumente als gezahltes Entgelt gemäß IAS 39.41 zu klassifizieren sind. Die ausgegebenen Eigenkapitalinstrumente werden zum beizulegenden Zeitwert angesetzt. Kann dieser nicht verlässlich bestimmt werden, so sind sie mit dem beizulegenden Zeitwert der getilgten Verbindlichkeit zu bewerten. Etwaige Gewinne oder Verluste werden direkt im Gewinn oder Verlust erfasst. Die Änderung sieht retrospektive Anwendung vor.

In Ermangelung entsprechender Transaktionen werden aus der Anwendung dieser Interpretation keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss erwartet.

Weiterhin hat der IASB nachfolgend aufgelistete Standards und Interpretationen veröffentlicht, die im Geschäftsjahr 2010 noch nicht verpflichtend anzuwenden waren. Diese Standards und Interpretationen wurden von der EU bislang nicht anerkannt und werden vom Konzern nicht angewandt.

Änderung von IFRS 7 – Angaben über die Übertragung von finanziellen Vermögenswerten

Die Änderung von IFRS 7 wurde im Oktober 2010 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Juli 2011 beginnt. Die Änderung bestimmt umfangreiche neue qualitative und quantitative Angaben über übertragene finanzielle Vermögenswerte, die nicht ausgebucht wurden, und über das zum Berichtsstichtag bestehende anhaltende Engagement bei übertragenen finanziellen Vermögenswerten.

Diese Änderung wird den Umfang der Angaben zu Finanzinstrumenten voraussichtlich weiter ausdehnen. Sie wird jedoch keine Auswirkungen auf den Ansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden im Konzernabschluss und die Ergebnisse in künftigen Geschäftsjahren haben.

IFRS 9 Finanzinstrumente: Klassifizierung und Bewertung

Der erste Teil der Phase I bei der Vorbereitung des IFRS 9 Finanzinstrumente wurde im November 2009 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnt. Der Standard beinhaltet Neuregelungen zur Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten. Hiernach sind

Schuldinstrumente abhängig von ihren jeweiligen Charakteristika und unter Berücksichtigung des Geschäftsmodells entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Eigenkapitalinstrumente sind immer zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren. Wertschwankungen von Eigenkapitalinstrumenten dürfen aber aufgrund des eingeräumten instrumentenspezifischen Wahlrechts, welches im Zeitpunkt des Zugangs des Finanzinstruments ausübbar ist, im sonstigen Ergebnis erfasst werden. In diesem Fall würden für Eigenkapitalinstrumente nur bestimmte Dividendenerträge erfolgswirksam erfasst. Eine Ausnahme bilden finanzielle Vermögenswerte, die zu Handelszwecken gehalten werden und die zwingend erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten sind.

Der IASB hat im Oktober 2010 den zweiten Teil der Phase I des Projekts abgeschlossen. Der Standard wurde damit um die Vorgaben zu finanziellen Verbindlichkeiten ergänzt und sieht vor, die bestehenden Klassifizierungs- und Bewertungsvorschriften für finanzielle Verbindlichkeiten mit folgenden Ausnahmen beizubehalten: Auswirkungen aus der Änderung des eigenen Kreditrisikos bei finanziellen Verbindlichkeiten, die als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet klassifiziert wurden, müssen erfolgsneutral erfasst und derivative Verbindlichkeiten auf nicht notierte Eigenkapitalinstrumente dürfen nicht mehr zu Anschaffungskosten angesetzt werden. Der zeitliche Anwendungsbereich bleibt unverändert (1. Januar 2013). Den Unternehmen steht es allerdings frei, die Bestimmungen aus der 2009-Fassung vorzeitig und separat von den Regelungen zu finanziellen Verbindlichkeiten anzuwenden. Die vorzeitige Anwendung der Regelungen zu finanziellen Verbindlichkeiten ist ebenfalls gestattet, dann allerdings zusammen mit der 2009-Fassung. Der Standard sieht grundsätzlich retrospektive Anwendung vor.

Der Abschluss dieses Projekts wird für Mitte 2011 erwartet. Die Anwendung des ersten Teils der Phase I wird Auswirkungen auf die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten des Konzerns haben. Aus dem zweiten Teil dieser Projektphase werden keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns erwartet. Um ein umfassendes Bild potentieller Auswirkungen darzustellen, wird der Konzern die Auswirkung erst in Verbindung mit den anderen Phasen, sobald diese veröffentlicht sind, quantifizieren.

Verbesserungen zu IFRS 2010

Bei den Verbesserungen zu IFRS 2010 handelt es sich um einen Sammelstandard, der im Mai 2010 veröffentlicht wurde und Änderungen in verschiedenen IFRS beinhaltet. Die Anwendungszeitpunkte und Übergangsregelungen werden pro Standard vorgegeben. Sofern nachfolgend nichts anderes angegeben ist, finden einzelne Regelungen erstmals für das Geschäftsjahr Anwendung, das am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnt.

Folgende Änderung wurde im Geschäftsjahr 2010 angewandt:

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse

■ Übergangsvorschriften für bedingte Gegenleistung aus einem Unternehmenszusammenschluss, der vor dem Zeitpunkt des Inkrafttretens des überarbeiteten IFRS stattfand:

Die Änderung stellt klar, dass die Änderungen von IFRS 7 Finanzinstrumente: Angaben, IAS 32 Finanzinstrumente: Darstellung und IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung, welche den Ausschluss der bedingten Gegenleistung aus dem Anwendungsbereich dieser Standards aufheben, nicht für bedingte Gegenleistungen gelten, die sich aus Unternehmenszusammenschlüssen ergeben, deren Erwerbszeitpunkt vor der Anwendung von IFRS 3 (überarbeitet 2008) liegt. Diese Änderung ist erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnen.

Diese Regelung erlaubt es dem Konzern, die in den Vorjahren vereinbarten bedingten Gegenleistungen unverändert nach der bisherigen Bilanzierungsmethode zu erfassen. Nachträgliche Änderungen aus bedingten Gegenleistungen werden daher allein die Geschäfts- oder Firmenwerte beeinflussen. Erfolgswirksame Auswirkungen haben sich hieraus folglich nicht ergeben.

Folgende Änderungen wurden noch nicht angewandt:

IFRS 3 Unternehmenszusammenschlüsse

■ Bewertung von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss:

Die Änderung beschränkt den Anwendungsbereich des Bewertungswahlrechts insoweit, als ausschließlich die Bestandteile der Anteile ohne beherrschenden Einfluss, die ein gegenwärtiges Eigentumsrecht und im Falle einer Liquidation für den Inhaber einen anteiligen Anspruch am Nettovermögen des Unternehmens begründen, entweder zum beizulegenden Zeitwert oder zum proportionalen Anteil des gegenwärtigen Eigentumsrechts am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet werden dürfen. Andere Bestandteile der Anteile ohne beherrschenden Einfluss werden zu ihrem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt bewertet, sofern nicht ein anderer IFRS (z. B. IFRS 2) einen anderen Bewertungsmaßstab vorschreibt. Die Änderung ist erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnen.

Der Konzern wird das Wahlrecht, die Anteile ohne beherrschenden Einfluss zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten, nicht wahrnehmen und erwartet daher keine Auswirkungen aus dieser Klarstellung.

■ Nicht ersetzte und freiwillig ersetzte anteilsbasierte Vergütung:

Gemäß dieser Änderung ist ein Unternehmen (im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses) zur Erfassung des Ersatzes der anteilsbasierten Vergütung (ob obligatorisch oder freiwillig) verpflichtet, d. h. zur Aufteilung zwischen der Gegenleistung und dem aus dem Unternehmenszusammenschluss entstandenen Aufwand. Ersetzt das Unternehmen die aktienbasierten Vergütungszusagen des erworbenen Unternehmens, die aufgrund des Unternehmenszusammenschlusses verfallen, erfasst es diese als den nach dem Unternehmenszusammenschluss entstandenen Aufwand. Die Änderung verdeutlicht außerdem die Bilanzierung anteilsbasierter Vergütungstransaktionen, die das erwerbende Unternehmen nicht durch eigene anteilsbasierte Vergütungszusagen ersetzt.

Sofern diese ausübbar sind, stellen sie Anteile ohne beherrschenden Einfluss dar und werden mit dem markt-basierten Wert angesetzt. Sofern diese noch nicht ausübbar sind, sind sie mit dem markt-basierten Wert zu bewerten, als ob sie zum Erwerbszeitpunkt gewährt wurden, und zwischen den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss und dem nach dem Unternehmenszusammenschluss entstandenen Aufwand aufzuteilen. Diese Änderung ist erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnen. Der Standard schreibt prospektive Anwendung ab dem Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung des IFRS 3 (2008) vor.

Aufgrund der Übergangsregelung werden sich aus dieser Änderung keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss im Geschäftsjahr der Erstanwendung ergeben.

IFRS 7 Finanzinstrumente – Angaben:

Die Änderung verdeutlicht die Wechselwirkung zwischen den quantitativen und den qualitativen Angaben sowie die Art und den Umfang von Risiken aus Finanzinstrumenten und beinhaltet insbesondere Änderungen, die quantitative Angaben über das Ausfallrisiko betreffen. Diese Änderung ist rückwirkend anzuwenden.

Diese Änderung wird voraussichtlich zu einer geringfügigen Reduzierung von Angaben über die Finanzinstrumente führen. Sie wird keine Auswirkungen auf den Ansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden im Konzernabschluss und das Konzernergebnis haben.

IAS 1 Darstellung des Abschlusses:

Die Änderung stellt klar, dass die Analyse des sonstigen Ergebnisses für einzelne Eigenkapitalbestandteile entweder in der Eigenkapitalveränderungsrechnung oder im Anhang zu erfolgen hat. Diese Änderung ist rückwirkend anzuwenden.

Der Konzern wird diese Analyse unverändert in der Eigenkapitalveränderungsrechnung darstellen. Diese Änderung wird daher keine Auswirkungen auf die Darstellung im Konzernabschluss haben.

IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse:

Die Änderung stellt klar, dass die aus IAS 27 resultierenden Folgeänderungen in IAS 21 Auswirkungen von Wechselkursänderungen, IAS 28 Anteile an assoziierten Unternehmen sowie IAS 31 Anteile an Gemeinschaftsunternehmen prospektiv für Geschäftsjahre anzuwenden sind, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen, oder zu einem früheren Zeitpunkt, sofern eine vorzeitige Anwendung von IAS 27 beschlossen wird. Die Änderung ist erstmals für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnen. Der Standard schreibt rückwirkende Anwendung vor.

In Ermangelung entsprechender Transaktionen im betreffenden Referenzzeitraum erwartet der Konzern aus dieser Änderung keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

IAS 34 Zwischenberichterstattung:

Die Änderung enthält Leitlinien zur Anwendung von Angabegrundsätzen in IAS 34 und erweitert die Liste von angabepflichtigen Ereignissen und Geschäftsvorfällen insbesondere um folgende Beispiele: Umstände, die voraussichtlich die beizulegenden Zeitwerte von Finanzinstrumenten und deren Klassifizierung beeinflussen werden, Überleitung von Finanzinstrumenten zwischen den verschiedenen Hierarchiestufen der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts, Änderungen der Klassifizierung von finanziellen Vermögenswerten, Änderungen bei Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen. Diese Änderung ist rückwirkend anzuwenden.

Diese Änderung kann zu einer Ausweitung der Berichterstattung im Zwischenabschluss führen. Sie wird jedoch keine Auswirkungen auf den Ansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden im Konzernabschluss und das Konzernergebnis haben.

IFRIC 13 Kundenbindungsprogramme:

Die Änderung stellt klar, dass dann, wenn der beizulegende Zeitwert einer Prämiegutschrift anhand des beizulegenden Zeitwerts der Prämien bewertet wird, gegen die sie eingelöst werden kann, sonstige den Kunden, die keine Prämiegutschriften aus einem ursprünglichen Verkauf erworben haben, gewährte Skonti und Anreize mit zu berücksichtigen sind. Diese Änderung ist rückwirkend anzuwenden.

Aufgrund des geringfügigen Umfangs von Kundenbindungsprogrammen im Konzern sind aus der erstmaligen Anwendung dieser Neuregelung keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss zu erwarten.

Erläuterungen zur Konzern-Gesamtergebnisrechnung

Der Verkauf des Badbereichs erfordert gemäß den internationalen Bilanzierungsvorschriften des IFRS, dass das Geschäft aus diesem Bereich als „nicht fortzuführendes Geschäft“ in der Ergebnisrechnung in einer Zeile separat ausgewiesen wird („Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft“).

Das „fortzuführende Geschäft“, das den ehemaligen Unternehmensbereich Haushalt sowie den nicht allozierbaren Bereich (Aufwendungen für die Konzernfunktionen) enthält, wird im Detail dargestellt. Die einzelnen Positionen in der Gesamtergebnisrechnung bis zu „Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft“ enthalten folglich nur noch die verbliebenen Unternehmensbereiche des Marken- und Volumengeschäfts. Die Vorjahreszahlen sind vergleichbar dargestellt. Dadurch sind die aktuellen Kennzahlen mit den im Vorjahr publizierten Zahlen nur eingeschränkt vergleichbar, da diese den Badbereich noch enthielten.

Der folgenden Überleitung sind die jeweiligen Anpassungen der Vorjahreswerte zu entnehmen – sowohl für das nicht fortzuführende Geschäft (Überleitung Anteil Bad 2009) als auch für die im Geschäftsjahr 2010 vorgenommene Änderung von Zuordnungen zu Funktionsbereichen (Überleitung Anpassungen 2009).

T €	2010	2009 angepasst	Überleitung Anpas- sungen 2009	Überleitung Anteil Bad 2009	2009 veröffent- licht
Umsatzerlöse	210.950	206.780	–	65.736*	272.516
Kosten der Umsatzerlöse	-121.612	-119.511	–	-32.765*	-152.276
Bruttoergebnis	89.338	87.269	–	32.971	120.240
Forschungs- und Entwicklungskosten	-3.746	-3.687	-2.857	-437	-6.981
Vertriebskosten	-66.335	-64.986	2.705	-23.042	-85.323
Verwaltungskosten	-11.355	-13.116	152	-5.040	-18.004
Sonstige betriebliche Erträge	1.826	1.178	–	150	1.328
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.243	-2.766	–	-127	-2.893
Fremdwährungsgewinne/-verluste	309	-761	–	475	-286
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern / EBIT	8.794	3.131	–	4.950	8.081
Zinsergebnis	-2.120	-2.007	–	-585	-2.592
Sonstiges Finanzergebnis	-668	–	–	–	–
Ergebnis vor Ertragsteuern / EBT	6.006	1.124	–	4.365	5.489
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-554	-1.446	–	-936	-2.382
Ergebnis nach Steuern	5.452	-322	–	3.429	3.107
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	10.948	3.429	–	-3.429	–
Periodenergebnis	16.400	3.107	–	–	3.107

* Hierin enthalten sind Umsatzerlöse der Lohnfertigungen in Höhe von 2.764 T €, die im Jahr 2009 als Innenumsätze geführt wurden und nach dem Verkauf des Badbereichs Außenumsätze darstellen.

Aufgrund einer geänderten Umlagensystematik von Sekundärbereichen im Rahmen der Einführung des SAP-Systems in Nassau und Zuzenhausen sind einzelne Kostenarten innerhalb der Funktionsbereiche mit dem Vorjahr nur eingeschränkt vergleichbar.

1 Umsatzerlöse

Umsatz nach Regionen in T €	2010	2009
Inland	88.937	86.423
Europa (ohne Inland)	100.982	106.842
Rest der Welt	21.031	13.515
	210.950	206.780

Im Rahmen der Segmentberichterstattung sind die Umsatzerlöse des Konzerns nach den Unternehmensbereichen Marken- und Volumengeschäft dargestellt.

2 Kosten der Umsatzerlöse

T €	2010	2009
Materialaufwand	88.709	87.605
Personalkosten	15.203	13.537
Bezogene Leistungen	6.073	5.242
Abschreibungen	3.602	4.468
Energie	1.803	1.754
Instandhaltung	1.410	1.467
Hilfs- und Betriebsstoffe	1.319	959
IT-Kosten und sonstige Umlagen	507	-
Mieten	384	469
Wertberichtigungen auf Vorräte (Nettoveränderung)	-589	-65
Sonstige Kosten der Umsatzerlöse	3.191	4.075
	121.612	119.511

3 Forschungs- und Entwicklungskosten

T €	2010	2009
Personalkosten	1.704	2.291
Gebühren und gekaufte Dienste	1.264	1.341
Abschreibungen	152	190
IT-Kosten und sonstige Umlagen	136	-
Sonstige Forschungs- und Entwicklungskosten	490	-135
	3.746	3.687

Abschreibungen

4

T €	2010	2009
Sachanlagen		
Kosten der Umsatzerlöse	3.590	4.092
Forschungs- und Entwicklungskosten	64	139
Vertriebskosten	2.155	1.974
Verwaltungskosten	164	454
	5.973	6.659
Immaterielle Vermögenswerte		
Kosten der Umsatzerlöse	12	267
Forschungs- und Entwicklungskosten	88	243
Vertriebskosten	1.734	1.619
Verwaltungskosten	430	301
	2.264	2.430
Abschreibungen gesamt	8.905	9.089

Die Differenz aus der Abschreibung bei Vertriebs- und Verwaltungskosten zu den in den entsprechenden Textziffern angegebenen Abschreibung resultiert aus den in den Umlagen enthaltenen zusätzlichen Abschreibungen. In der Segmentberichterstattung werden nur die Abschreibungen auf Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte aus dem fortzuführenden Geschäft angegeben.

Personalaufwand/Mitarbeiter

5

T €	2010	2009
Löhne und Gehälter	34.690	33.370
Sozialabgaben	8.007	7.689
Aufwendungen für Altersversorgung	660	952
	43.357	42.011
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	2010	2009
Deutschland	434	471
Tschechische Republik	421	394
Frankreich	172	164
Sonstige Länder	110	124
	1.137	1.153

6 Vertriebskosten

T €	2010	2009
Personalkosten	17.557	19.879
Werbeaufwendungen	13.112	12.371
Ausgangsfrachten	10.690	10.861
Provisionen	5.551	5.341
IT-Kosten und sonstige Umlagen	3.887	–
Gebühren und gekaufte Dienste	2.656	2.478
Abschreibungen	2.035	3.791
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	2.032	1.915
Mieten	1.137	1.341
Wertberichtigungen auf Forderungen	1.101	1.018
Büro- und sonstige Gemeinkosten	879	1.144
Instandhaltung	676	930
Lizenzgebühren	597	616
Allgemeine Betriebs- und Verwaltungskosten	418	684
Versicherungen	415	338
Post- und Telefonkosten	243	352
Vergütungen an Kunden	207	197
Sonstige Vertriebskosten	3.142	1.731
	66.335	64.986

7 Verwaltungskosten

T €	2010	2009
Personalkosten	6.584	6.944
Gebühren und gekaufte Dienste	2.288	2.771
Mieten	386	568
Instandhaltung	293	355
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	280	306
Post- und Telefonkosten	227	235
Abschreibungen	159	756
Büro- und sonstige Gemeinkosten	156	105
IT-Kosten und sonstige Umlagen	147	–
Allgemeine Betriebs- und Verwaltungskosten	138	80
Sonstige Verwaltungskosten	697	996
	11.355	13.116

Sonstige betriebliche Erträge

8

T €	2010	2009
Provisionserträge	614	543
Lizenerträge	156	243
Andere betriebliche Erträge (kleiner als 100 T €)	1.056	392
	1.826	1.178

Sonstige betriebliche Aufwendungen

9

T €	2010	2009
Schadenersatzansprüche	1.100	1.230
Wertberichtigungen auf sonstige Forderungen	–	1.058
Andere betriebliche Aufwendungen (kleiner als 100 T €)	143	478
	1.243	2.766

Fremdwährungsgewinne/-verluste

10

T €	2010	2009
Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften	-664	393
Auf-/Abwertung aus Fremdwährungsbewertung	189	-548
Realisierte Kursgewinne/-verluste	784	-606
	309	-761

Zinserträge/-aufwendungen

11

T € Zinserträge	2010	2009
Zinserträge aus Aufzinsungen von Forderungen	232	256
Zinserträge aus Finanzinstrumenten	475	60
Zinserträge aus Planvermögen	–	31
	707	347

T € Zinsaufwendungen	2010	2009
Zinsaufwendungen aus Aufzinsungen von Pensionsverpflichtungen	-2.591	-2.280
Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten und aus der Aufzinsung von Verbindlichkeiten	-236	-74
	-2.827	-2.354

Bei den Zinserträgen aus Finanzinstrumenten handelt es sich um Zinserträge aus Guthaben bei Kreditinstituten sowie aus der Geldanlage in Form eines Schuldscheins (155 T €) und bei den Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten um Zinsaufwendungen aus Kontokorrentkrediten.

12 Sonstiges Finanzergebnis

Das Sonstige Finanzergebnis enthält Wertberichtigungen auf Beteiligungen und Ausleihungen an ein nicht konsolidiertes verbundenes Unternehmen in Höhe von 668 T € (Vorjahr: 0 T €).

13 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

T €	2010	2009
Körperschaftsteuer (Deutschland)	212	10
Gewerbesteuer (Deutschland)	21	–
Ausländische Ertragsteuer	-1.987	-2.190
Latente Ertragsteuer	1.200	734
	-554	-1.446

T €	2010	2009
Periodenfremde tatsächliche Ertragsteuern	158	10
Latente Steuern aus temporären Unterschieden und steuerlichen Verlustvorträgen	1.200	734
Tatsächlicher Steueraufwand	-1.912	-2.190
Steuerliche Belastung	-554	-1.446

Der in Deutschland auf die Leifheit AG anzuwendende Steuersatz für Körperschaft- und Gewerbe-ertragsteuer betrug wie im Vorjahr 28,0 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 €	2010	2009
Ergebnis vor Ertragsteuern	6.006	1.124
Steuern bei Zugrundelegung des für die Muttergesellschaft geltenden Steuersatzes	-1.682	-314
Steuern Vorjahre	158	12
Unterschiedliche ausländische Steuersätze	-265	-212
Ansatz aktiver latenter Steuern aus Verlustvorträgen	2.018	–
Bewertungsunterschiede Forderungen	-609	–
Steuerlich nicht wirksame Verluste von Konzerngesellschaften	-223	-887
Sonstiges	49	-45
Steuerliche Belastung	-554	-1.446

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

T €	31.12.2010		31.12.2009	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Unterschiedliche Abschreibungsdauern im Anlagevermögen	431	3.296	664	3.989
Bewertung von Vorräten	526	30	805	557
Bewertung von Forderungen und Vermögenswerten	–	780	145	99
Bewertung von Pensionen	2.787	–	2.710	–
Bewertung von Rückstellungen für Altersteilzeit	60	–	235	–
Unterschiedliche Ansatzvorschriften für sonstige Rückstellungen	350	55	469	198
Bewertung von Verbindlichkeiten	128	21	509	13
Sonstige zeitliche Unterschiede	72	–	156	–
Steuerliche Verlustvorträge	2.737	–	1.460	–
Bruttowert	7.091	4.182	7.153	4.856
Saldierung	1.912	1.912	2.380	2.380
Bilanzansatz	5.179	2.270	4.773	2.476

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge werden nur gebildet, soweit ihre Nutzung in einem Fünfjahreszeitraum zu erwarten ist. Auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 28.186 T € (Vorjahr: 30.177 T €) und auf gewerbesteuerliche Verlustvorträge von 29.880 T € (Vorjahr: 33.240 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 temporären Differenzen im Zusammenhang mit Anteilen an Tochterunternehmen, für die keine latenten Steuern bilanziert werden, belaufen sich auf 5.225 T € (Vorjahr: 9.114 T €).

Nicht fortzuführendes Geschäft

14

Im zweiten Quartal haben wir uns vom Badbereich getrennt. Der Verkauf des Badbereichs folgt zwei zentralen Zielen: Fokussierung auf das Geschäft mit Haushaltswaren sowie Einsatz von Kräften und Finanzmitteln zur Realisierung der Wachstumsstrategie.

In der Gesamtergebnisrechnung wird das Nach-Steuer-Ergebnis der jeweiligen Gesellschaften bis zur Veräußerung in einer Zeile „Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft“ dargestellt. Insgesamt ergab sich in diesem aufgegebenen Geschäftsbereich ein Ergebnis nach Steuern von 10.948 T € nach 3.429 T € im Vorjahreszeitraum. Im Geschäftsjahr 2010 ist darin auch das Veräußerungsergebnis aus dem Verkauf des Badbereichs enthalten.

Die Hauptgruppen der Vermögenswerte und Schulden des nicht fortzuführenden Geschäfts setzen sich zum Entkonsolidierungszeitpunkt wie folgt zusammen:

	Mio €
Vermögenswerte	
Anlagevermögen	7,0
Forderungen	22,9
Vorräte	14,6
Schulden	
Verbindlichkeiten	16,1
Rückstellungen	4,6

Das Ergebnis des nicht fortzuführenden Geschäfts stellte sich wie folgt dar:

Mio €	2010	2009
Erträge	44,1	69,1
Aufwendungen	-32,0	-64,1
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern /EBIT	12,1	5,0
Zinsergebnis	-0,1	-0,6
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1,1	-1,0
Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	10,9	3,4
Ergebnis je Aktie aus nicht fortzuführendem Geschäft (verwässert/unverwässert)	2,30 €	0,72 €

Der Netto-Cashflow des nicht fortzuführenden Geschäfts stellte sich wie folgt dar:

Mio €	2010	2009
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-0,5	5,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-0,3	-0,5
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–	-3,4
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	0,3	–
Nettoveränderung der Zahlungsmittel	-0,5	1,4

Für das nicht fortzuführende Geschäft wurde ein Entgelt von insgesamt 35,1 Mio € vereinbart; davon wurden bis zum Bilanzstichtag 31,1 Mio € gezahlt. Aufgrund der Entkonsolidierung gingen Zahlungsmittel von 1,6 Mio € ab.

Der ergebnisneutrale Bestandteil des Gesamtergebnisses setzt sich zusammen aus der Währungs-umrechnung nicht in der Konzernwährung aufgestellter Abschlüsse von Tochterunternehmen und Niederlassungen in Höhe von -953 T € (Vorjahr: 83 T €) und aus Währungsdifferenzen nach Steuern aus kapitalersetzenden Darlehen in Fremdwährung an Tochtergesellschaften in Höhe von -610 T € (Vorjahr: 38 T €).

Ergebnisanteil der Minderheitsgesellschafter

16

Die Ergebnisanteile der Minderheitsgesellschafter betreffen wie im Vorjahr ausschließlich die Anteile eines Minderheitsgesellschafters an der Leifheit Distribution S.R.L., Rumänien.

Ergebnis je Aktie

17

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

		2010	2009
Ausgegebene Aktien	T Stück	5.000	5.000
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der eigenen Aktien	T Stück	250	250
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.750

		2010	2009
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Periodenergebnis	T €	16.393	3.119
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.750
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	€	3,45	0,66

		2010	2009
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft	T €	5.445	-310
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.750
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Ergebnis nach Steuern aus fortzuführendem Geschäft (unverwässert und verwässert)	€	1,15	-0,06

		2010	2009
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	T €	10.948	3.429
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.750	4.750
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Ergebnis nach Steuern aus nicht fortzuführendem Geschäft	€	2,30	0,72

Erläuterungen zur Konzernbilanz

18 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Zum 31. Dezember 2010 bestanden ausschließlich Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestände in Höhe von 26.256 T € (Vorjahr: 32.730 T €). Der Buchwert entspricht jeweils dem beizulegenden Zeitwert.

19 Finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)

Bei den kurzfristigen Finanziellen Vermögenswerten handelt es sich um eine Geldanlage in Form eines Schuldscheins in Höhe von 20.000 T € (Vorjahr: 0 T €), der zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bewertet wurde. Der Schuldschein hat eine Laufzeit bis zum 8. Juli 2011. Der Zinssatz beträgt 1,6 Prozent pro Jahr. Der beizulegende Zeitwert des Schuldscheins entspricht aufgrund der Kurzfristigkeit und der Verzinsung nahe dem Marktzins in etwa dem Buchwert.

20 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

T €	31.12.2010	31.12.2009
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	42.468	52.834
Wechselforderungen aus Lieferungen und Leistungen	3.043	4.119
	45.511	56.953

Zum 31. Dezember 2010 waren 31.068 T € über die Warenkreditversicherung bzw. die Ausfuhr-Pauschal-Gewährleistung des Bundes abgesichert (Vorjahr: 29.300 T €) sowie Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 6.806 T € (Vorjahr: 5.269 T €) wertgemindert.

Entwicklung des Wertberichtigungskontos der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen:

T €	2010	2009
Stand 1.1.	5.269	4.514
Währungsdifferenzen	2	-
Aufwandswirksame Zuführungen	5.256	3.881
Verbrauch	1.987	1.509
Auflösung	1.734	1.617
Stand 31.12.	6.806	5.269

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

T €	2010	2009
Weder überfällig noch wertgemindert	41.174	46.913
Überfällig, aber nicht wertgemindert		
1 bis 30 Tage	1.550	7.333
31 bis 60 Tage	1.088	1.278
61 bis 90 Tage	376	533
91 bis 120 Tage	436	181
über 120 Tage	887	715
Stand 31.12.	45.511	56.953

Die weder überfälligen noch wertgeminderten Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch die Wechselforderungen aus Lieferungen und Leistungen. Überfällige Forderungen werden nicht wertberichtigt, sofern eine Warenkreditversicherung besteht.

Vorräte

21

T €	31.12.2010	31.12.2009
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	6.700	7.607
Unfertige Erzeugnisse	1.374	1.937
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	31.297	41.229
Geleistete Anzahlungen	–	458
	39.371	51.231

T €	31.12.2010	31.12.2009
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	414	443
Nicht wertberichtigte Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	6.286	7.165
Summe Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	6.700	7.607
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete unfertige Erzeugnisse	10	47
Nicht wertberichtigte unfertige Erzeugnisse	1.364	1.890
Summe unfertige Erzeugnisse	1.374	1.937
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete fertige Erzeugnisse und Handelswaren	10.017	9.124
Nicht wertberichtigte fertige Erzeugnisse und Handelswaren	21.280	32.104
Summe fertige Erzeugnisse und Handelswaren	31.297	41.229

Ein Teil der Vorräte, für die aufgrund der Fälligkeit noch keine Zahlungen geleistet wurden, stehen unter dem Eigentumsvorbehalt der Lieferanten. Die geleisteten Anzahlungen auf Vorräte werden im Berichtsjahr 2010 in den Sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten ausgewiesen.

22 Derivative Finanzinstrumente

Bei den Derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich um zu beizulegendem Zeitwert bewertete Devisentermingeschäfte für Käufe bzw. Verkäufe von US-Dollar.

23 Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

T €	31.12.2010	31.12.2009
Forderungen aus Umsatzsteuer	1.915	2.777
Anzahlungen auf Vorräte	796	–
Debitorische Kreditoren	761	347
Forderungen aus sonstigen Weiterbelastungen	301	74
Kurzfristige aktive Rechnungsabgrenzung	249	1.403
Andere kurzfristige Vermögenswerte (kleiner als 100 T €)	614	492
	4.636	5.093

Die Anzahlungen auf Vorräte wurden im Vorjahr bei den Vorräten ausgewiesen.

Finanzielle Vermögenswerte (langfristig)

24

T €	Beteili- gungen	Sonstige Finanz- anlagen	Summe
Anschaffungskosten, Stand 1.1.2009	1.249	424	1.673
Zugänge	-	2	2
Abgänge	-	-	-
Stand 31.12.2009	1.249	426	1.675
Zugänge	-	200	200
Abgänge	-	-	-
Abgänge aus Entkonsolidierung	-	71	71
Stand 31.12.2010	1.249	555	1.804
Aufgelaufene Abschreibungen, Stand 1.1.2009	1.074	-	1.074
Zuführungen	-	-	-
Abgänge	-	-	-
Stand 31.12.2009	1.074	-	1.074
Zuführungen	118	550	668
Abgänge	-	-	-
Stand 31.12.2010	1.192	550	1.742
T €			
Nettobuchwert 31.12.2009	175	426	601
Nettobuchwert 31.12.2010	57	5	62

25

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 1.1.2009	67.322	45.316	53.528	1.191	167.357
Währungsdifferenzen	49	32	-10	3	74
Zugänge	391	398	2.575	2.566	5.930
Abgänge	679	2.446	3.246	209	6.580
Umbuchungen	101	2.256	294	-3.014	-363
Stand 31.12.2009	67.184	45.556	53.141	537	166.418
Währungsdifferenzen	917	699	341	6	1.963
Zugänge	29	330	2.044	2.095	4.498
Abgänge	6.127	769	2.230	175	9.301
Abgänge aus Entkonsolidierung	10.371	8.519	12.525	44	31.459
Umbuchungen	3	1.440	192	-1.742	-107
Stand 31.12.2010	51.635	38.737	40.963	677	132.012
Aufgelaufene Abschreibungen, Stand 1.1.2009	34.635	39.924	45.031	-	119.590
Währungsdifferenzen	11	17	-6	-	22
Zuführungen	3.001	2.233	3.252	-	8.486
Abgänge	330	2.420	3.195	-	5.945
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2009	37.317	39.754	45.082	-	122.153
Währungsdifferenzen	412	511	252	-	1.175
Zuführungen	1.514	2.043	2.416	-	5.973
Abgänge	5.627	756	2.133	-	8.516
Abgänge aus Entkonsolidierung	6.086	8.069	10.527	-	24.682
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2010	27.530	33.483	35.090	-	96.103
T €	Grundstücke und Gebäude	Technische Anlagen und Maschinen	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Summe
Nettobuchwert 31.12.2009	29.867	5.802	8.059	537	44.265
Nettobuchwert 31.12.2010	24.105	5.254	5.873	677	35.909

Die Zuführungen zu den Abschreibungen beinhalten keine außerplanmäßigen Abschreibungen für nicht mehr genutzte Werkzeuge sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen im Unternehmensbereich Haushalt (im Vorjahr: 1.390 T €). Die Abgänge aus Entkonsolidierung betreffen die veräußerten Badgesellschaften.

Immaterielle Vermögenswerte

26

T €	Markenrechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige Immaterielle Vermögens- werte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Anschaffungs- und Herstellungskosten, Stand 1.1.2009	7.251	9.461	17.241	–	33.953
Währungsdifferenzen	–	–	-2	–	-2
Zugänge	–	2.288	644	914	3.846
Abgänge	–	–	982	–	982
Umbuchungen	–	–	363	–	363
Stand 31.12.2009	7.251	11.749	17.264	914	37.178
Währungsdifferenzen	–	–	50	–	50
Zugänge	–	–	1.729	–	1.729
Abgänge	–	800	70	–	870
Abgänge aus Entkonsolidierung	–	–	3.147	–	3.147
Umbuchungen	–	–	1.021	-914	107
Stand 31.12.2010	7.251	10.949	16.847	–	35.047
Aufgelaufene Abschreibungen, Stand 1.1.2009	2.442	–	11.485	–	13.927
Währungsdifferenzen	–	–	-1	–	-1
Zuführungen	3	–	2.503	–	2.506
Abgänge	–	–	971	–	971
Umbuchungen	–	–	–	–	–
Stand 31.12.2009	2.445	–	13.016	–	15.461
Währungsdifferenzen	–	–	44	–	44
Zuführungen	1	–	2.263	–	2.264
Abgänge	–	–	70	–	70
Abgänge aus Entkonsolidierung	–	–	2.957	–	2.957
Umbuchungen	–	–	–	–	–
Stand 31.12.2010	2.446	–	12.296	–	14.742
T €	Markenrechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige Immaterielle Vermögens- werte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Nettobuchwert 31.12.2009	4.806	11.749	4.248	914	21.717
Nettobuchwert 31.12.2010	4.805	10.949	4.551	–	20.305

Die Abgänge bei den Geschäfts- und Firmenwerten im Berichtsjahr 2010 resultieren aus Veränderungen der bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten im Rahmen der Übernahme der ausstehenden Anteile an der Herby-Gruppe, die erfolgsneutral vom Geschäfts- oder Firmenwert abgesetzt wurden. Die Zuführungen zu den Abschreibungen beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen für eine abzulösende Software im Segment Markengeschäft in Höhe von 613 T € (Vorjahr: 717 T €). Die Abgänge aus Entkonsolidierung betreffen die veräußerten Bad-Gesellschaften.

Werthaltigkeitstest der immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen

Gemäß IAS 36.12 (d) muss ein Werthaltigkeitstest der Vermögenswerte durchgeführt werden, wenn der Buchwert des Reinvermögens größer als die Marktkapitalisierung ist oder sonst Anhaltspunkte für eine Wertminderung vorliegen. Daher wurden die immateriellen Vermögenswerte einschließlich der im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Markenrechte und das Sachanlagevermögen einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Die entsprechenden Vermögenswerte wurden folgenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordnet:

- „Leifheit/Dr. Oetker/Soehnle“
- „Birambeau“
- „Herby“

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

Zur Ermittlung des erzielbaren Betrags der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit wird der höhere Wert aus dem Nutzungswert (Value in Use) und dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Verkaufskosten (Fair Value less Cost to Sell) unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt. Hierbei werden Annahmen über die künftigen Umsatz- und Kostenentwicklungen auf Basis des Budgets 2011, das für die nächsten drei Jahre fortgeschrieben wurde, getroffen und mit externen Informationen abgeglichen. Für die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten „Birambeau“ und „Herby“ wurde dabei ein konstanter Umsatz- und Kostenverlauf unterstellt. Für die zahlungsmittelgenerierende Einheit „Leifheit/Dr. Oetker/Soehnle“ wurden Umsatzsteigerungen von 5 bis 8 Prozent bei überproportionalen Ergebnissteigerungen unterstellt.

Die für die Cashflow-Prognosen verwendeten Abzinsungssätze für die Ermittlung des Nutzungswerts bzw. des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Verkaufskosten unterscheiden sich durch die anzuwendende Kapitalstruktur und die steuerlichen Verhältnisse. Sie basieren auf den durchschnittlichen Kapitalkosten zum Zeitpunkt der Durchführung der Werthaltigkeitstests in Höhe von jeweils 7,2 Prozent (Vorjahr: 7,7 Prozent), wobei ein risikofreier Zinssatz von 3,25 Prozent (Vorjahr: 4,25 Prozent), eine Marktrisikoprämie von 5,0 Prozent (Vorjahr: 5,0 Prozent) sowie ein Beta-Faktor von 1,1 (Vorjahr: 1,0) sowie Fremdkapitalkosten von 4,0 Prozent (Vorjahr: 5,5 Prozent) zugrunde gelegt wurden. Es wurde eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent (Vorjahr: 1,0 Prozent) unterstellt.

Zum 30. September 2010 haben die entsprechend ermittelten erzielbaren Beträge die jeweiligen Buchwerte überschritten. Die Werthaltigkeitstests ergaben keinen Wertminderungsbedarf. Auch bei Anwendung einer Wachstumsrate von null ergäbe sich kein Wertberichtigungsbedarf.

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

Buchwert am Bilanzstichtag	Geschäfts- oder Firmenwert		Markenrecht	
	2010	2009	2010	2009
Birambeau	3.299	3.299	–	–
Herby	6.441	7.241	–	–
Druckdampfbügeln	1.209	1.209	–	–
Marke Soehnle	–	–	4.803	4.803
Sonstige Marken	–	–	2	3
	10.949	11.749	4.805	4.806

Aufgrund der Veränderung der bedingten Kaufpreiszahlung für die übernommenen 40 Prozent der Anteile an der Herby-Gruppe reduzierte sich der hierfür ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert um 800 T €.

Forderungen aus Ertragsteuern

27

Die langfristigen Forderungen aus Ertragsteuern enthalten den langfristigen Teil eines Körperschaftsteuerguthabens der Leifheit AG in Höhe von 4.051 T € (Vorjahr: 4.597 T €).

Sonstige langfristige Vermögenswerte

28

T €	31.12.2010	31.12.2009
Kaufpreisforderung	4.000	–
Andere langfristige Vermögenswerte	187	260
	4.187	260

29 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten

Restlaufzeit bis 1 Jahr T €	31.12.2010	31.12.2009
Lieferungen und Leistungen	24.762	24.859
Mitarbeiter	8.555	9.680
Kundenboni	6.171	8.410
Werbekostenzuschüsse	5.043	4.771
Sonstige Steuern (ohne Ertragsteuern)	1.995	2.667
Kreditorische Debitoren	1.775	1.440
Sozialversicherungen	901	1.028
Ausstehende Rechnungen	709	2.443
Kundenskonti	555	1.061
Vertreterabfindungen	519	404
Provisionsverpflichtungen	419	405
Externe Jahresabschlusskosten	392	336
Steuerberatung	161	199
Sonstige Verbindlichkeiten (kleiner als 100 T €)	720	1.074
	52.677	58.777

Die Verbindlichkeiten an Mitarbeiter betreffen insbesondere Dezemberlöhne, die im Januar ausgezahlt werden, sowie Tantiemen und Abfindungen.

30 Rückstellungen

T €	31.12.2010			31.12.2009		
	Gesamt	davon kurzfristig	davon langfristig	Gesamt	davon kurzfristig	davon langfristig
Garantieleistungen	4.058	3.326	732	4.446	3.331	1.115
Personalbereich	2.067	–	2.067	2.690	–	2.690
Belastende Verträge	95	95	–	20	20	–
Sonstige Rückstellungen	1.789	1.789	–	1.651	1.651	–
	8.009	5.210	2.799	8.807	5.002	3.805

T €	Kurzfristige Rückstellungen			Langfristige Rückstellungen		
	Garantieleistungen	Belastende Verträge	Sonstige kurzfristige Rückstellungen	Garantieleistungen	Personalbereich	Sonstige langfristige Rückstellungen
Stand 1.1.2010	3.331	20	1.651	1.115	2.690	–
Währungsdifferenz	3	–	6	–	–	–
Inanspruchnahme	3.115	20	935	231	407	–
Auflösung	–	–	322	51	63	–
Zuführung	3.321	95	1.534	–	50	–
Abgang aus Entkonsolidierung	214	–	145	101	203	–
Stand 31.12.2010	3.326	95	1.789	732	2.067	–

Garantierückstellungen werden gebildet für künftige Nacharbeiten, Ersatzlieferungen und Schadenersatzleistungen aufgrund gesetzlicher oder vertraglicher Gewährleistungen. Die Rückstellungen im Personalbereich werden gebildet für Jubiläumsszuwendungen und Verpflichtungen aus Altersteilzeitarbeitsverhältnissen sowie aus gesetzlichen Verpflichtungen gegenüber Mitarbeitern in Österreich. Rückstellungen für belastende Verträge enthalten insbesondere Abnahmeverpflichtungen. Die Sonstigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Prozess- und Anwaltskosten sowie weitere Verpflichtungen im Zusammenhang mit dem Abgang von Anlagevermögen. Die langfristigen Rückstellungen wurden um 206 T € abgezinst.

Die Rückstellungen für Garantieleistungen, Schadenersatzleistungen und Prozesskosten von 5.588 T € enthalten Unsicherheiten hinsichtlich des Betrages und/oder der Fälligkeit der Abflüsse. Die Unsicherheit bei den Garantierückstellungen ergibt sich aus der möglichen zukünftigen Veränderung im Garantiaufkommen. Die Unsicherheit bei den Rückstellungen für Schadenersatzleistungen und Prozesskosten ist durch den offenen Ausgang von schwebenden Verfahren begründet.

Sonstige kurzfristige Schulden

31

Die im Vorjahr ausgewiesenen sonstigen kurzfristigen Schulden enthielten im Wesentlichen den kurzfristigen Teil der Kaufpreisverbindlichkeit für die Übernahme der Anteile der Herby-Gruppe in Höhe von 3.650 T €.

Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer

32

Im Leifheit-Konzern gibt es verschiedene leistungsorientierte Pensionspläne. Für zu zahlende Leistungen in Form von Alters- und Hinterbliebenenrenten sind Rückstellungen für Pensionsverpflichtungen gebildet worden. Die Pensionspläne der Leifheit AG sind entsprechend der in Deutschland üblichen Praxis nicht durch Pensionsfonds abgesichert bzw. durch Planvermögen finanziert mit Ausnahme der Deferred-Compensation-Pläne.

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

T €	31.12.2010	31.12.2009
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO)	43.825	61.007
Zeitwert des Planvermögens	-862	-15.713
Noch nicht erfasste versicherungsmathematische Verluste	-2.247	-1.789
Bilanzierte Nettoschuld aus Pensionsverpflichtungen in Deutschland und der Schweiz	40.716	43.505
Pensionsverpflichtungen Frankreich	628	572
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	41.344	44.077

Der Aufwand für Altersversorgungsleistungen in Deutschland und der Schweiz setzt sich wie folgt zusammen:

T €	31.12.2010	31.12.2009
Laufender Dienstzeitaufwand	436	1.440
Zinsaufwand auf die Verpflichtung	2.628	3.079
Erfasste versicherungsmathematische Nettoverluste	-	29
Erwartete Erträge aus Planvermögen	-37	-499
Beiträge der Arbeitnehmer	-	-482
Gesamtaufwand für Versorgungsleistungen	3.027	3.567

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

T €	2010	2009
Bilanzierte Nettoschuld zum Jahresbeginn	43.505	42.654
Abgang von Geschäftsbetrieben	-3.914	-
Währungseffekte	-	10
In der Gesamtergebnisrechnung erfasster Nettoaufwand	3.027	3.567
Beiträge	-103	-776
Auszahlungen an Berechtigte	-1.799	-1.950
Bilanzierte Nettoschuld zum Jahresende	40.716	43.505

Zusätzlich wurden Beiträge an staatliche Rentenversicherungsträger in Höhe von 2.796 T € geleistet (Vorjahr: 2.773 T €).

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

T €	2010	2009
DBO zum Jahresbeginn	61.007	57.564
Abgang von Geschäftsbetrieben	-21.083	–
Währungseffekte	–	-29
Laufender Dienstzeitaufwand	436	1.440
Zinsaufwand	2.628	3.079
Leistungszahlungen	-1.799	-3.693
Versicherungsmathematische Gewinne	2.636	1.875
Andere Einlagen	–	771
DBO zum Jahresende	43.825	61.007

Der beizulegende Zeitwert des Planvermögens entwickelte sich wie folgt:

T €	2010	2009
Zeitwert des Planvermögens zum Jahresbeginn	15.713	14.353
Abgang von Geschäftsbetrieben	-14.904	–
Währungseffekte	–	-24
Erwarteter Aufwand/Ertrag des Planvermögens	37	499
Verluste aus dem Planvermögen	-2	-1
Zuwendungen zum Planvermögen	103	110
Beiträge der Arbeitnehmer	–	482
Beiträge der Arbeitgeber	–	664
Andere Einlagen	–	770
Ausbezahlte Leistungen	–	-1.743
Versicherungsmathematische Gewinne	–	833
Sonstiges	-85	-230
Zeitwert des Planvermögens zum Jahresende	862	15.713

Gegenstand des Planvermögens sind Rückdeckungsversicherungen deutscher Versicherungsunternehmen.

Innerhalb der letzten fünf Jahre entwickelte sich der Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO) sowie der beizulegende Zeitwert des Planertrags wie folgt:

T €	2010	2009	2008	2007	2006
DBO zum Bilanzstichtag	43.501	61.007	57.564	55.421	47.395
Planvermögen zum Bilanzstichtag	862	15.713	14.353	12.164	815
Unterdeckung	42.639	45.294	43.211	43.257	46.580
Erfahrungsbedingte Anpassung der Planschulden	937	-754	-1.026	482	-406
Erfahrungsbedingte Anpassung des Planvermögens	1	835	-418	-14	-

Die grundlegenden versicherungsmathematischen Annahmen, die für die Ermittlung der Verpflichtungen aus Altersversorgungsplänen herangezogen werden, waren zum 31. Dezember wie folgt:

% Deutsche Gesellschaften	2010	2009
Rechnungszinsfuß	5,3	5,9
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	4,5	4,5
Künftiger Einkommenstrend	2,5	2,5
Künftiger Rententrend	2,0	2,0
Fluktuationsrate	3,0	3,0
Rechnungsgrundlage Richttafeln Prof. K. Heubeck	2005 G	2005 G
Rechnungsmäßiges Endalter	RVAGAnpG 2007	RVAGAnpG 2007

% Schweizer Gesellschaften	2010	2009
Rechnungszinsfuß	-	3,5
Langfristige Verzinsung der Altersguthaben (Planvermögen)	-	3,5
Künftiger Einkommenstrend	-	2,0
Künftiger Rententrend	-	0,5
Fluktuationsrate	-	BVG 2005

Gezeichnetes Kapital

33

Das gezeichnete Kapital der Leifheit AG in Höhe von 15.000 T € (Vorjahr: 15.000 T €) lautet auf Euro und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt.

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

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 24. Mai 2006 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 1. Mai 2011 mit Zustimmung des Aufsichtsrats durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals das Grundkapital um bis zu insgesamt 7.500 T € 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 Ausgabetrags durch den Vorstand nicht wesentlich unterschreitet und der Bezugsrechtsausschluss nur neue Aktien erfasst, deren anteiliger Betrag des Grundkapitals 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 nicht überschreitet.

Kapitalrücklage

34

Bei der Kapitalrücklage in Höhe von 16.934 T € (Vorjahr: 16.934 T €) handelt es sich um das Agio aus der Kapitalerhöhung vom Herbst 1989.

35**Gewinnrücklagen/Umrechnungsrücklage**

Die Gewinnrücklagen umfassen die gesetzliche Rücklage in Höhe von 1.023 T € (Vorjahr: 1.023 T €), andere Gewinnrücklagen in Höhe von 56.948 T € (Vorjahr: 69.051 T €) sowie das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Periodenergebnis in Höhe von 16.393 T € (Vorjahr: 3.119 T €). Die anderen Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Konzernergebnisse, soweit diese nicht ausgeschüttet wurden. Im Berichtsjahr wurde die Dividende für das Geschäftsjahr 2009 in Höhe von 14.250 T € (Vorjahr: 2.850 T €) ausgeschüttet.

Die Umrechnungsrücklage enthält die Währungsdifferenz aus der Kapitalkonsolidierung, Währungsdifferenzen aus der stichtagsbezogenen Umrechnung der in den Konzern einbezogenen Abschlüsse, die nicht in der Berichtswährung des Konzerns aufgestellt werden, sowie Währungsdifferenzen kapitalmarkteretzender Fremdwährungsdarlehen ausländischer Tochtergesellschaften.

36**Minderheitenanteile**

Die ausstehenden Minderheitenanteile betreffen die Leifheit Distribution S.R.L., Rumänien, an der Minderheitenanteile von 49 Prozent gehalten werden.

Finanzinstrumente, Zielsetzungen und Methoden des Finanzrisikomanagements

37

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 20 Prozent (Vorjahr: 21 Prozent) des Konzernumsatzes werden in Fremdwährungen erwirtschaftet, 35 Prozent (Vorjahr: 33 Prozent) der Kosten fallen in Fremdwährungen an.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Sensitivität des Konzernergebnisses vor Steuern und des Konzerneigenkapitals gegenüber einer nach vernünftigen Ermessen grundsätzlich möglichen Wechselkursänderung des US-Dollar und der Tschechischen Krone. Alle anderen Variablen bleiben konstant.

	Kursentwicklung	Auswirkungen auf das Ergebnis vor Steuern zum 31.12.2010	Auswirkungen auf das Ergebnis vor Steuern zum 31.12.2009
USD	+ 5 %	-534	-327
	- 5 %	591	361
	+ 10 %	-1.021	-625
	- 10 %	1.247	763
CZK	+ 5 %	7	-270
	- 5 %	-8	299
	+ 10 %	13	-516
	- 10 %	-16	631

■ Absicherung von Cashflows

Des Weiteren verfügt der Konzern auch über derivative Finanzinstrumente. Hierzu gehören vor allem Devisenterminkontrakte. Zweck dieser derivativen Finanzinstrumente ist die Absicherung gegen Währungsrisiken, die aus der Geschäftstätigkeit des Konzerns resultieren.

Zum 31. Dezember 2010 bestanden Devisenterminkäufe im Nominalwert von 55,0 Mio USD (Vorjahr: 12,5 Mio USD) sowie von 0,0 Mio CZK (Vorjahr: 135,0 Mio CZK) und Devisenterminverkäufe im Nominalwert von 33,2 Mio USD (Vorjahr: 0,0 Mio USD).

■ Liquiditätsrisiko

Der Konzern überwacht laufend das Risiko eines etwaigen kurzfristigen Liquiditätsengpasses mittels eines Liquiditätsplanungsinstruments. 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 der Kontokorrentkredite. Es existieren keine langfristigen verzinslichen Bankdarlehen oder ähnliche finanzielle verzinsliche Verbindlichkeiten.

■ 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. In Höhe des nichtversicherten Teils der Forderung besteht dennoch das Risiko des Ausfalls.

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

■ Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

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

■ Kapitalsteuerung

Vorrangiges Ziel des Kapitalmanagements ist eine Eigenkapitalquote von über 35 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.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte der wesentlichen im Konzernabschluss erfassten Finanzinstrumente:

T €	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
Finanzielle Vermögenswerte					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	a)	26.256	32.730	26.256	32.730
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	a)	45.511	56.953	45.511	56.593
Derivative finanzielle Vermögenswerte	c)	123	–	123	–
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	a)	25.675	913	25.675	913
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	b)	24.762	24.859	24.762	24.859
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	c)	897	95	897	95
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	b)	16.464	20.543	16.464	20.543

- a) Kredite und Forderungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind
 b) zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten
 c) zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten

In der Bilanz zum 31. Dezember 2010 wurden derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von 897 T € (Vorjahr: 95 T €) mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Konzern verwendet folgende Hierarchie zur Bestimmung und zum Ausweis beizulegender Zeitwerte von Finanzinstrumenten: Stufe 1 - notierte Preise auf aktiven Märkten für gleichartige Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten; Stufe 2 - Verfahren, bei denen sämtliche Input-Parameter, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken, entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind; Stufe 3 - Verfahren, die Input-Parameter verwenden, die sich wesentlich auf den erfassten beizulegenden Zeitwert auswirken und nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren. Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts erfolgte anhand von notierten Marktpreisen für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten an aktiven Märkten (Stufe 2). Die sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.

Das Nettoergebnis der Finanzinstrumente für die Bewertungskategorie „Kredite und Forderungen“ beträgt ohne Währungsumrechnung -3.366 T €, davon aus Zinsen 156 T €; davon aus Wertberichtigungen -3.522 T € (Vorjahr: -2.264 T €, davon aus Wertberichtigungen -2.264 T €). Das Nettoergebnis der Kategorien „zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte“, „zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten“ und „zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten“ beinhaltet jeweils nur die Währungsumrechnung. Das Ergebnis der Währungsumrechnung beträgt für alle Bewertungskategorien zusammen 309 T € (Vorjahr: -761 T €).

Am Bilanzstichtag standen kurzfristige Kontokorrentkreditlinien in Höhe von 16,5 Mio € (Vorjahr: 21,2 Mio €) zur Verfügung. Davon wurden zum Bilanzstichtag 2,7 Mio € (Vorjahr: 1,5 Mio €) durch Avale genutzt. Die nicht ausgenutzten Kontokorrentkreditlinien betragen 13,8 Mio € (Vorjahr: 19,7 Mio €).

38**Segmentberichterstattung**

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

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

Im Unternehmensbereich Volumengeschäft sind die Aktivitäten unter den Marken Birambeau und Herby sowie das Projektgeschäft zusammengefasst.

Die Steuerungsgrößen der Segmente sind die Umsatzerlöse und das EBIT. Diese folgen in Bezug auf die Bewertungen des IAS/IFRS. Weitere Kennzahlen nach Segmenten sind nicht Gegenstand der regelmäßigen Berichterstattung.

39**Haftungsverhältnisse**

Von den Konzerngesellschaften wurden wie im Vorjahr keine Haftungsverpflichtungen eingegangen.

40**Sonstige finanzielle Verpflichtungen**

Es bestehen Miet- und Leasingverträge für Geschäftsräume, EDV- und Telefonanlagen, Fahrzeuge und Ähnliches sowie Lizenzverträge mit einem Jahresaufwand von rund 3,0 Mio € (Vorjahr: 2,5 Mio €). Die Verpflichtungen hieraus belaufen sich innerhalb der unkündbaren Restlaufzeiten bis zum Jahr 2015 auf ca. 5,2 Mio € (Vorjahr: 5,1 Mio €). Zum 31. Dezember 2010 bestanden Abnahmeverpflichtungen im Wert von 0,8 Mio € (Vorjahr: 1,9 Mio €). Bei den Miet- und Leasingverträgen handelt es sich um Operating-Leasingverhältnisse im Sinne von IAS 17. Die Mindestleasingzahlungen aufgrund unkündbarer Operating-Leasingverhältnisse betragen bis zu einem Jahr 0,1 Mio € und zwischen einem und fünf Jahren 0,2 Mio €.

Es bestehen Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens in Höhe von 1,8 Mio € (Vorjahr: 1,2 Mio €), insbesondere für Werkzeuge. Daneben bestehen sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von 0,5 Mio € (Vorjahr: 0,5 Mio €).

Darüber hinaus bestehen folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

	Wert der Verpflichtung		Fremdwährung		Nominalwert	
	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
Kauf USD/€	41,9 Mio €	8,7 Mio €	55,0 Mio USD	12,5 Mio USD	41,5 Mio €	8,7 Mio €
Verkauf USD/€	24,7 Mio €	–	33,2 Mio USD	–	25,1 Mio €	–
Kauf CZK/€	–	5,2 Mio €	–	135,0 Mio CZK	–	5,1 Mio €

Die zum 31. Dezember 2010 bestehenden Devisentermingeschäfte hatten folgende Fristigkeit:

	Kauf USD/€	Verkauf USD/€
kleiner 1 Jahr	35,0 Mio USD	13,2 Mio €
zwischen 1 und 2 Jahren	20,0 Mio USD	20,0 Mio USD

Die Devisentermingeschäfte zum 31. Dezember 2009 hatten alle eine Fristigkeit kleiner einem Jahr.

Bezüge des Vorstands und des Aufsichtsrats gem. § 314 Abs. 1 Nr. 6a HGB bzw. IFRS 2

41

Die Bezüge des Vorstands für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochterunternehmen beliefen sich auf 100 T € (Vorjahr: 381 T €).

Die Bezüge des Vorstands betragen 1.785 T € (Vorjahr: 879 T €), davon entfallen auf variable Bezüge 1.210 T € (Vorjahr: 260 T €). Die Zuführungen zu den Pensionsverpflichtungen (DBO nach IFRS) der Vorstände betragen 0 T € (Vorjahr: -11 T €).

Die Hauptversammlung am 24. Mai 2006 hat beschlossen, dass die verlangten Angaben gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 Buchstabe a Satz 5 bis 8 HGB hinsichtlich der individualisierten Veröffentlichung der Bezüge des Vorstands unterbleiben.

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich auf 243 T € (Vorjahr: 142 T €).

Gesamtbezüge und Pensionsrückstellungen früherer Mitglieder von Vorstand und/oder Aufsichtsrat gem. § 314 Abs. 1 Nr. 6b HGB

42

Die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands betragen im Berichtsjahr 0 T € (Vorjahr: 17 T €). Die für laufende Pensionen gebildeten Rückstellungen (DBO nach IFRS) beliefen sich im Geschäftsjahr 2010 auf 6.212 T € (Vorjahr: 5.815 T €).

43 **Vorschüsse und Darlehen an den Vorstand und/oder Aufsichtsrat gem. § 314 Abs. 1 Nr. 6c HGB**

Weder im Berichtsjahr noch im Vorjahr bestanden Vorschüsse oder Darlehen zugunsten des oben genannten Personenkreises.

44 **Angaben zu assoziierten Unternehmen**

An dem Gemeinschaftsunternehmen Leifheit CZ a.s., Prag, hält die Leifheit AG 51 Prozent der Anteile. Aufgrund individuell mit dem Minderheitsgesellschafter vereinbarter Zustimmungsvoraussetzungen, die in der Satzung geregelt sind, kann die Finanz- und Geschäftspolitik nicht vollständig bestimmt werden. Mit der Leifheit CZ a.s. wurden im Geschäftsjahr 2010 Umsatzerlöse in Höhe von 3.102 T € (Vorjahr: 3.516 T €) erzielt; die Forderungen gegenüber der Leifheit CZ a.s. zum 31. Dezember 2010 beliefen sich auf 2.503 T € (Vorjahr: 2.015 T €). Im Berichtsjahr wurden Forderungen von 1.487 T € (Vorjahr: 1.016 T €) wertberichtigt. Die Forderungen sind somit zum 31. Dezember 2010 vollständig wertberichtigt. Die nicht erfassten anteiligen Verluste an dem Gemeinschaftsunternehmen betragen im Berichtsjahr 140 T € (Vorjahr: 236 T €). Zum 31. Dezember 2010 betragen die nicht erfassten anteiligen Verluste kumuliert 547 T € (Vorjahr: 407 T €).

Wesentliche Kennzahlen der Leifheit CZ a.s.:

Mio CZK	31.12.2010	31.12.2009
Vermögen	108	113
Schulden	133	132
Eigenkapital	-25	-19
Umsatzerlöse	174	156
Ergebnis	-6	-12

Von dem Beteiligungsunternehmen Classic Haushaltsgeräte GmbH, Steinbach-Hallenberg, hält die Leifheit AG 76 Prozent der Anteile. Im Berichtszeitraum wurden Fertigwaren in Höhe von 352 T € (Vorjahr: 570 T €) erworben. Weiterhin bestand zum Abschlussstichtag ein Darlehen in Höhe von 550 T € (Vorjahr: 350 T €). Das Darlehen wurde zu 100 Prozent wertberichtigt. Der Zinsertrag betrug im Berichtsjahr 20 T € (Vorjahr: 10 T €).

45 **Angaben über Beziehungen zu nahestehenden Personen**

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

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

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

46

Auf der Hauptversammlung am 9. Juni 2010 wurde der Vorstand unter Aufhebung der bisherigen Genehmigung erneut ermächtigt, bis zum 8. Juni 2015 eigene Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des derzeitigen Grundkapitals von 15.000 T € zu erwerben. Die erworbenen eigenen Aktien dürfen zu allen gesetzlich zulässigen Zwecken verwendet werden. Die Gesellschaft wird dadurch in die Lage versetzt, eigene Aktien Dritten unmittelbar oder mittelbar als Gegenleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder im Zusammenhang mit dem Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen anbieten zu können. Der internationale Wettbewerb und die Globalisierung der Wirtschaft verlangen nicht selten bei derartigen Transaktionen die Gegenleistung in Form von Aktien. Die Ermächtigung gibt der Gesellschaft den notwendigen Spielraum, sich bietende Gelegenheiten zum Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen sowohl national als auch international schnell und flexibel ausnutzen zu können.

Im Berichtszeitraum wurden keine eigenen Anteile erworben oder verwendet.

Im Vorjahr wurden 30 Aktien an Mitarbeiter in Form von Jubiläumsaktien ausgegeben. Dies entsprach 0,0006 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 0,1 T €.

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hat Leifheit damit am 31. Dezember 2010 einen Bestand von 250.124 eigenen Aktien. Dies entspricht 5,002 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt 750 T €. Hierfür wurden 7.685 T € aufgewendet.

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

Bestehen einer Beteiligung gem. § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

47

Aktionäre, die nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) ihre Stimmrechtsanteile mitgeteilt haben, waren am Bilanzstichtag die Home Beteiligungen GmbH, München, die MKV Verwaltungs GmbH, München, Herr Joachim Loh, Haiger, die Fackelmann GmbH & Co. KG, Hersbruck, die OP-Fund Management Company Ltd, Helsinki (SF), sowie die Leifheit AG, Nassau.

Es wurden die folgenden Mitteilungen veröffentlicht:

Mai 2010

„Die OP-Fund Management Company Ltd, Helsinki, Finnland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 3.5.2010 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Nassau, Deutschland, ISIN: DE0006464506, WKN: 646450 am 16.4.2010 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,71 Prozent (das entspricht 135.382 Stimmrechten) betragen hat. Die OP-Pohjola Group Central Cooperative, Helsinki, Finnland hat uns gemäß § 21 Abs. 1 WpHG am 3.5.2010 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Nassau, Deutschland,

ISIN: DE0006464506, WKN: 646450 am 16.4.2010 die Schwelle von 3 Prozent der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 2,71 Prozent (das entspricht 135.382 Stimmrechten) betragen hat. 2,71 Prozent der Stimmrechte (das entspricht 135.382 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß § 22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG von der OP-Fund Management Company Ltd, Helsinki, Finnland zuzurechnen.“

Februar 2009

„Herr Manuel Knapp-Voith, Deutschland, hat uns am 4.2.2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23.7.2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechte) beträgt.

Diese 10,03 Prozent (501.432 Stimmrechte) sind ihm nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG von der MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald, zuzurechnen.

Die MKV Vermögensverwaltungs GmbH, Grünwald, Deutschland, hat uns am 4.2.2009 nach § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 23.7.2008 die Schwelle von 10 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 10,03 Prozent (dies entspricht 501.432 Stimmrechte) beträgt.“

Dezember 2008

„Die Leifheit AG, 56377 Nassau, Deutschland, ISIN DE0006464506 hat am 15. Dezember 2008 die Schwelle von 5 Prozent an ihren eigenen Aktien überschritten und hielt zu diesem Tage einen Anteil von 5,0009 Prozent (das entspricht 250.045 Aktien).“

April 2008

„Am 28. März 2008 wurde uns folgende Stimmrechtsmitteilung von der Vermögensverwaltung Schuler-Voith GbR, 80333 München, Deutschland, zugeleitet:

Stimmrechtsmitteilung gemäß §§ 21, 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG

Hiermit teilen wir Ihnen gem. § 21 Abs. 1 WpHG mit, dass unser Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Leifheitstraße 1, D-56377 Nassau, am 14.2.2006 die Schwellen 3 Prozent, 5 Prozent, 10 Prozent, 15 Prozent, 20 Prozent, 25 Prozent und 30 Prozent überschritten hat und zu diesem Tag 46,85 Prozent (2.342.750 Stimmrechte) betrug.

Sämtliche der vorgenannten Stimmrechte, die unmittelbar von der Home Beteiligungen GmbH, D-80333 München, gehalten werden, werden uns nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.“

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.“

September 2005

„Die Fackelmann GmbH & Co. KG, Werner-von-Siemens-Straße 6, 91217 Hersbruck, teilt mit, dass ihr Stimmrechtsanteil an der Leifheit AG, Leifheitstraße, 56377 Nassau, am 3. August 2005 die Schwelle von 5 Prozent unterschritten hat und 4,79 Prozent betrug. Der Bestand an Leifheit Aktien zum 9. August betrug 3,25 Prozent.“

Erklärung nach § 161 AktG (Deutscher Corporate Governance Kodex)

48

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2010 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. Die Entsprechenserklärung ist auf der Internetseite der Gesellschaft unter „www.leifheit.de/de/investor-relations/corporate-governance“ dauerhaft zugänglich gemacht.

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

49

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

Übernahmerechtliche Angaben gem. § 315 Abs. 4 HGB

50

Bezüglich der übernahmerechtlichen Angaben gem. § 315 Abs. 4 HGB wird auf den Lagebericht verwiesen.

Angaben des Honorars für den Abschlussprüfer gem. § 314 Abs. 1 Nr. 9 HGB

51

Das 2010 als Aufwand erfasste Honorar des Konzernabschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, für die Abschlussprüfung belief sich auf 230 T € (Vorjahr: 284 T €), für andere Bestätigungsleistungen auf 5 T € (Vorjahr: 13 T €), für Steuerberatungsleistungen auf 200 T € (Vorjahr: 213 T €) und für sonstige Leistungen auf 104 T € (Vorjahr: 27 T €).

Organe der Leifheit AG

Mitglieder des Vorstands

Vorsitzender	Georg Thaller
	Ernst Kraft (bis 1.6.2010)
	Dr. Claus-O. Zacharias

Mitglieder des Aufsichtsrats

Vorsitzender	Helmut Zahn	Geschäftsführer der Home Beteiligungen GmbH
Stellvertretender Vorsitzender	Dr. jur. Robert Schuler-Voith	Vorsitzender des Aufsichtsrats der Schuler AG
	Dieter Metz*	Betriebsratsvorsitzender
	Karsten Schmidt	Vorsitzender des Vorstands der Ravensburger AG
	Thomas Standke*	Werkzeugmacher
	Dr. rer. pol. Friedrich M. Thomée	Geschäftsführender Gesellschafter der Thomée Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG

* Vertreter der Arbeitnehmer

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Prüfungsausschuss (Audit Committee)	Dr. jur. Robert Schuler-Voith	Vorsitzender
	Dr. rer. pol. Friedrich M. Thomée	
	Helmut Zahn	
Personalausschuss	Helmut Zahn	Vorsitzender
	Karsten Schmidt	
	Dr. jur. Robert Schuler-Voith	

Nachstehende Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats bekleiden neben einzelnen Kontrollfunktionen in Beteiligungsgesellschaften die genannten Mandate in Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen:

Karsten Schmidt	Ravensburger Spieleland AG, Ravensburg	Aufsichtsratsmitglied
Dr. jur. Robert Schuler-Voith	Schuler AG, Göppingen	Aufsichtsratsvorsitzender
Helmut Zahn	Schuler AG, Göppingen	Aufsichtsratsmitglied
	Flossbach von Storch AG, Köln	Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender
	Müller Weingarten AG, Weingarten	Aufsichtsratsvorsitzender bis 19.10.2010 Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender seit 19.10.2010
	Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG, Oppenweiler	Beiratsmitglied seit 29.3.2010

Nassau/Lahn, 17. März 2011

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand



Georg Thaller



Dr. Claus-O. Zacharias

Erklärung des Vorstands zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht

Der Vorstand der Leifheit AG ist verantwortlich dafür, dass der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns und dass der Konzernlagebericht ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild des Geschäftsverlaufs und der Lage des Konzerns vermittelt. Bei der Erstellung des Konzernabschlusses wurden die nach der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Juli 2002 anzuwendenden International Financial Reporting Standards (IFRS) beachtet und, soweit erforderlich, sachgerechte Schätzungen vorgenommen. Der Konzernlagebericht enthält eine Analyse der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie darüber hinaus weitere Angaben, die nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs erforderlich sind.

Um die Zuverlässigkeit der Daten sowohl für die Erstellung des Konzernabschlusses einschließlich des Konzernlageberichts als auch für die interne Berichterstattung sicherzustellen, existiert ein wirksames internes Steuerungs- und Kontrollsystem. Dies beinhaltet konzernweit einheitliche Richtlinien für Rechnungslegung und ein Risikomanagement entsprechend dem KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich). Der Vorstand wird damit in die Lage versetzt, wesentliche Risiken frühzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen einzuleiten.

Nassau/Lahn, 17. März 2011

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand


Georg Thaller


Dr. Claus-O. Zacharias

Die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, ist vom Aufsichtsrat gemäß Beschluss der Hauptversammlung der Leifheit AG zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2010 bestellt worden. Sie hat den Konzernabschluss geprüft und den nachfolgend dargestellten Bestätigungsvermerk erteilt.

Der Konzernabschluss, der Konzernlagebericht, der Prüfungsbericht, der Bericht des Vorstands zu den Pflichtangaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB und das Risikomanagement sind gemeinsam mit den Abschlussprüfern im Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats und in der Bilanzsitzung des gesamten Aufsichtsrats eingehend erörtert worden.

Der Vorstand versichert 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.

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Zu dem Konzernabschluss und dem Konzernlagebericht haben wir folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Wir haben den von der Leifheit AG, Nassau, aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Segmentberichterstattung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 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 Wirksam-

keit 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 2011
Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Knappe
Wirtschaftsprüfer

gez. Vöhl
Wirtschaftsprüfer

Einzelabschluss der Leifheit AG

Der von Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehene Jahresabschluss (Einzelabschluss) der Leifheit AG wurde nach handels- und aktienrechtlichen Vorschriften erstellt.

Er ist auf der Internetseite der Gesellschaft (www.leifheit.com) veröffentlicht und wird beim elektronischen Bundesanzeiger eingereicht. Er kann bei der Leifheit AG, Investor Relations, Postfach 11 65, 56371 Nassau/Lahn (ir@leifheit.com) angefordert werden.

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 (z. B. Umwandlung von elektronischen Formaten) kann es zu Abweichungen zwischen den in diesem Finanzbericht enthaltenen und den zum elektronischen Bundesanzeiger eingereichten Rechnungslegungsunterlagen kommen. In diesem Fall gilt die zum elektronischen 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.

Kontakte und Termine

Kontakte

■ Postanschrift:

Leifheit AG
Postfach 11 65
D-56371 Nassau/Lahn

■ Investor Relations:

Tel.: 0 26 04 / 9 77-2 18
Fax: 0 26 04 / 9 77-3 40

■ Leifheit im Internet:

<http://www.leifheit.com>
E-Mail: ir@leifheit.com

Termine

■ 12. Mai 2011

Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2011

■ 26. Mai 2011

Hauptversammlung
10:30 Uhr, Kunden- und Verwaltungszentrum der Leifheit AG, Nassau/Lahn

■ 11. August 2011

Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2011

■ 14. November 2011

Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2011

Impressum

Herausgeber
Leifheit Aktiengesellschaft
Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Konzept, Gestaltung und Realisation
mpm Corporate
Communication Solutions, Mainz
www.digitalagentur-mpm.de



Aktiengesellschaft

Postfach 11 65

D-56371 Nassau/Lahn

Telefon: 02604/977-0

Telefax: 02604/977-300

www.leifheit.com

ir@leifheit.com