

I trust in Leifheit Confio en Leifheit Bizom a Leifheitben
Mam zaufanie do Leifheit Spoléhám se na Leifheit Ich vertrau
Ik vertrouw op Leifheit Je fais confiance à Leifheit Confio
fiducia di Leifheit Ho fiducia di Leifheit I gobepato Leifheit
Ich vertrau auf Leifheit Ik vertrouw op Leifheit

Jahresfinanzbericht 2012

Spoléhám se na Leifheit Je

I gobepato Leifheit Bizom a Leifheitben I trust in Leifheit
hám se na Leifheit Ho fiducia di Leifheit Ich vertrau auf Leifheit

Ich vertrau auf Leifheit Je fais confiance à Leifheit Bizom

Ik vertrouw op Leifheit I trust in Leifheit Je fais confiance à Leifheit

Ik vertrouw op Leifheit Spoléhám se na Leifheit Ho fiducia di

Je fais confiance à Leifheit Ich vertrau auf Leifheit I

vertrau auf Leifheit Bizom a Leifheitben Ho fiducia di Leifheit

Confio en Leifheit Spoléhám se na Leifheit I trust in Leifheit

Ho fiducia di Leifheit Mam zaufanie do Leifheit Bizom a Leifheitben

Leifheit Je fais confiance à Leifheit Ich vertrau auf Leifheit Confio

I trust in Leifheit Spoléhám se na Leifheit I gobepato Leifheit

anie do Leifheit Je fais confiance à Leifheit

LEIFHEIT

Aktiengesellschaft

Kennzahlen zum Konzern

		2010	2011	2012	Veränderung
Umsatz					
Konzern	Mio €	210,9	222,1	224,2	+0,9 %
Markengeschäft	Mio €	164,2	170,5	177,7	+4,2 %
Volumengeschäft	Mio €	46,7	51,6	46,5	-9,9 %
Auslandsanteil	%	57,8	56,5	57,1	+0,6 PP
Rentabilität					
Bruttomarge	%	42,4	43,0	44,2	+1,2 PP
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	Mio €	12,0	12,8	8,2	-36,1 %
EBIT	Mio €	8,8	13,9	14,2	+1,8 %
EBIT bereinigt ¹⁾	Mio €	-	11,4	13,0	+13,4 %
EBIT-Marge ¹⁾	%	4,2	5,1	5,8	+0,7 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	6,0	12,2	12,2	-0,4 %
Periodenergebnis	Mio €	5,5	12,1	9,4	-22,3 %
Umsatzrentabilität	%	2,6	5,5	4,2	-1,3 PP
Eigenkapitalrentabilität	%	5,3	12,2	9,2	-3,0 PP
Gesamtkapitalrentabilität	%	2,6	6,1	4,6	-1,5 PP
Aktie					
Periodenergebnis ²⁾	€	1,15	2,55	1,97	-22,7 %
Cashflow ²⁾	€	2,52	2,71	1,72	-36,5 %
Dividende je Aktie	€	1,00	1,30	1,50 ³⁾	+15,4 %
Sonderdividende	€	2,00	-	-	-
Mitarbeiter					
Konzern (im Jahresdurchschnitt)	Personen	1.137	1.085	1.019	-6,1 %
Konzern (am Jahresende)	Personen	1.141	1.032	1.025	-0,7 %
Markengeschäft (am Jahresende)	Personen	751	726	741	+2,1 %
Volumengeschäft (am Jahresende)	Personen	390	306	284	-7,2 %
Personalaufwand je Mitarbeiter	T€	38	38	41	+6,7 %
Investitionen in Sachanlagen					
	Mio €	4,4	5,4	9,3	+73,3 %
Investitionsquote	%	3,0	4,1	5,8	+1,7 PP
Abschreibungen auf Sachanlagen					
	Mio €	5,4	5,3	5,3	-1,9 %
Bilanzsumme					
	Mio €	207,0	198,9	202,2	+1,7 %
Eigenkapital					
	Mio €	101,5	98,9	102,4	+3,5 %
Eigenkapitalquote	%	49,0	49,7	50,6	+0,9 %

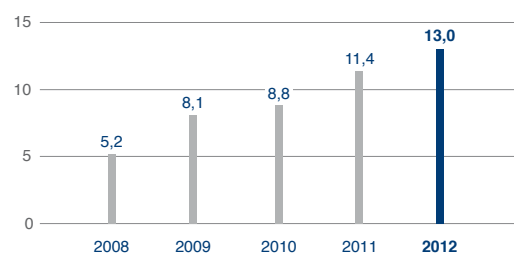
¹⁾ EBIT 2011 bereinigt um einmaligen positiven Sondereffekt aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s., EBIT 2012 bereinigt um einmaligen positiven Sondereffekt aus der Veräußerung von Vermögenswerten im Zusammenhang mit der Aufgabe eines Lizenzvertrages

²⁾ ohne zurückgekaufte eigene Aktien

³⁾ Vorschlag an die Hauptversammlung

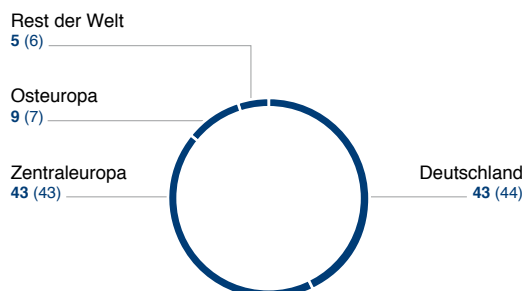
Entwicklung operatives Ergebnis (EBIT)¹⁾

in Mio €

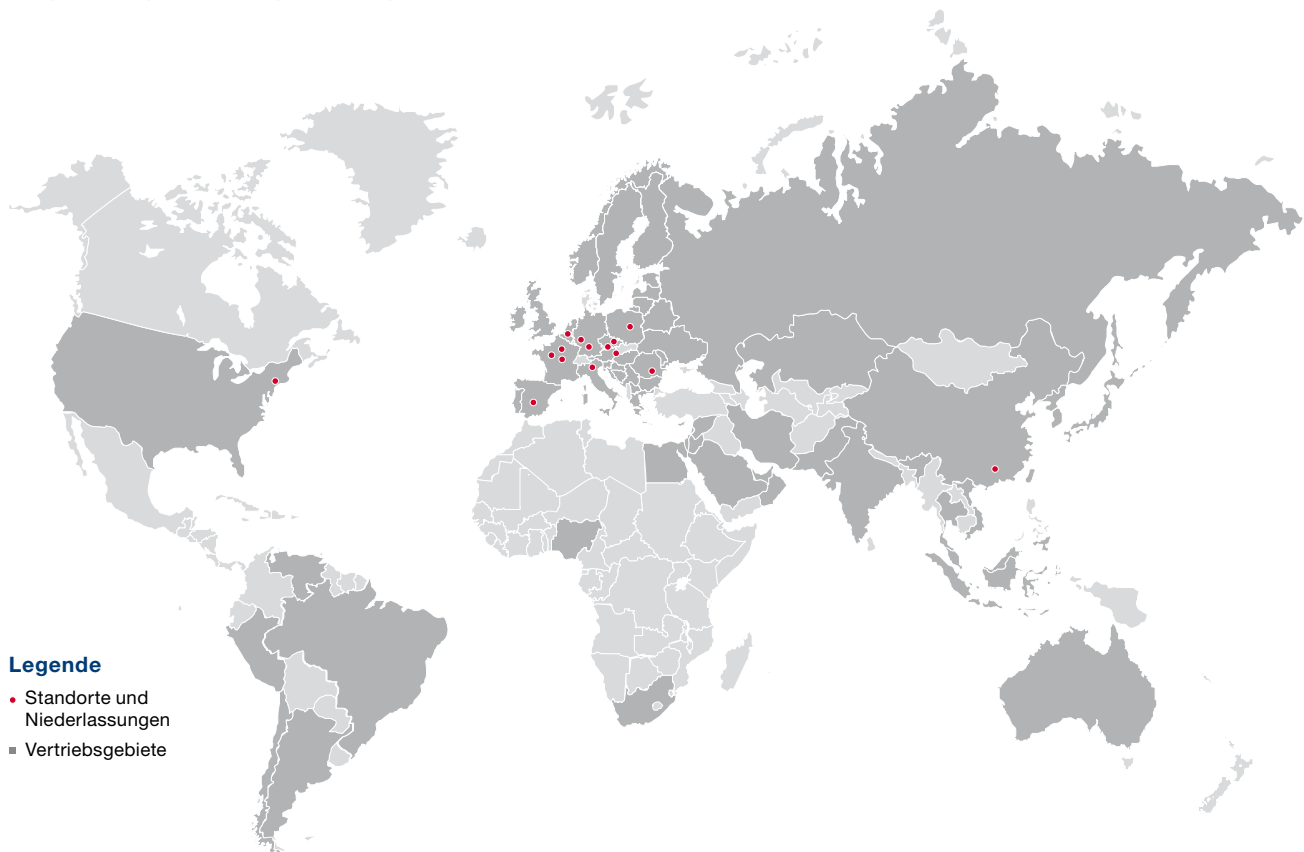


Umsatz nach Regionen

in % (Vorjahreswerte)



Leifheit weltweit



Unternehmensprofil

Der Leifheit-Konzern ist einer der führenden europäischen Anbieter von Haushaltsprodukten in den Bereichen Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing. Unter den Marken Leifheit und Soehnle – zwei der bekanntesten Marken Deutschlands – bietet das Unternehmen hochwertige und innovative Produkte mit hohem Gebrauchsnutzen und wegweisendem Design.

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

Leifheit-Konzern

Markengeschäft

LEIFHEIT

SOEHNLE

Volumengeschäft

Birambeau

herby

Projektgeschäft

„Wir sind heute besser aufgestellt als je zuvor. Mit unserer Mehrjahresstrategie ‚Leifheit GO!‘ haben wir unser Unternehmen weiter auf profitables Wachstum ausgerichtet. Das Ziel für 2013: unseren Markenauftritt in allen Vertriebskanälen noch attraktiver zu gestalten, um unsere Kunden gezielt anzusprechen. Clevere Produkte und wachstumsorientierte Distribution helfen uns dabei.

Mit unserer Strategie für nachhaltiges profitables Wachstum sichern wir uns das Vertrauen unserer Kunden, unserer Aktionäre und unserer Mitarbeiter.“

Georg Thaller, Vorstandsvorsitzender

Ich vertrau auf Leifheit

Inhalt

An die Aktionäre

2–26

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten
- 18 Bericht des Aufsichtsrats
- 20 Corporate Governance Bericht
- 23 Die Leifheit-Aktie

Finanzinformationen

27–86

- 27 Konzernlagebericht
- 53 Konzernabschluss

Weitere Informationen

87–89

- 87 Erklärung des Vorstands
- 87 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
- 88 Hinweis auf den Einzelabschluss der Leifheit AG
- 88 Disclaimer
- 89 Kontakte und Termine, Impressum



Link zur
Homepage



Verweis in den
Lagebericht



Verweis in den
Anhang

Gespräch mit dem Vorstand

Leifheit musste sich 2012 in einem herausfordernden Marktumfeld behaupten. Im folgenden Interview blicken Georg Thaller, CEO und Vorstandsvorsitzender, und Dr. Claus-O. Zacharias, CFO, auf das vergangene Jahr zurück und erörtern den strategischen und finanziellen Ausblick des Konzerns.

Herr Thaller, haben Sie im letzten Geschäftsjahr Ihre Ziele erreicht?

Georg Thaller: Vor dem Hintergrund der allgemeinen Marktentwicklung hat Leifheit eine stabile Entwicklung gezeigt. Unsere Absatzmärkte in Südeuropa waren durch die anhaltende Euro- und Schuldenkrise von hoher Kaufzurückhaltung geprägt. Auch innerhalb Zentraleuropas waren viele Verbraucher zunehmend verunsichert. Ohne Frage hatte dies Auswirkungen auf unsere Wachstumsziele. Dennoch haben wir den Konzernumsatz mit 224,2 Mio € im Vergleich zu 2011 stabil gehalten. In einigen unserer Fokusbereiche, wie beispielsweise in den Niederlanden, in Österreich, der Schweiz oder in Russland, konnten wir sogar sehr positive Wachstumsraten erzielen. Unser größtes Segment, das Markengeschäft, erwirtschaftete mit 177,7 Mio € einen erfreulichen Zuwachs. Grund hierfür waren vor allem unsere vielfach ausgezeichneten Produktinnovationen. Unsere cleveren Haushaltslösungen kombiniert mit hohem Kundennutzen erfreuten sich weiterhin einer steten Nachfrage. Leider zeigte unser zweites Segment, das Volumengeschäft, eine rückläufige Entwicklung und erreichte nur einen Umsatz von 46,5 Mio €. Dies vor allem aufgrund des verhaltenen Projektgeschäfts in den USA und des schwierigen gesamtwirtschaftlichen Umfelds speziell in unserem Hauptmarkt Frankreich. Dennoch haben wir Leifheit im Rahmen unserer Strategie auch 2012 weiter auf nachhaltiges Wachstum ausgerichtet. Investitionen in Logistik und Produktion sowie konsequente Effizienzsteigerungen stärken unsere Organisation. Und durch eine Reihe von Produktinnovationen haben wir unsere Marktposition weiter ausgebaut. Darüber hinaus haben wir mit der Kampagne „Ich vertrau auf Leifheit“ das Profil unserer Dachmarke weiter geschärft.

Ein Blick auf das operative Ergebnis zeigt, dass Leifheit hier sein angestrebtes Ziel erreicht hat. Welches Rezept nutzen Sie, Herr Dr. Zacharias?

Dr. Claus-O. Zacharias: Wir behalten vor allem das nötige Augenmaß bei unseren Entscheidungen: Eine Ergebnissteigerung von über 13 Prozent auf das bereinigte EBIT 2011 ist das Resultat konsequenter Verbesserungen – Tag für Tag. Strikte Kostendisziplin ist hier ein Schlüssel zum Erfolg. Daneben haben wir mit gezielten Investitionen den Konzern weiter auf Effizienz getrimmt – vor allem mit Blick auf unser Werk im tschechischen Blatná und den Logistikstandort Zuzenhausen. Darüber hinaus wurden wesentliche Prozesse überarbeitet sowie Funktionen und Kompetenzen gebündelt. Alles zusammen genommen führt dies zu einer erfreulichen Ergebnissteigerung im Rahmen unserer Prognose.



2012 haben Sie die langjährige Lizenzvereinbarung mit Dr. Oetker aufgelöst. Welche Gründe führten dazu?

Georg Thaller: Die Beendigung des Lizenzvertrags für die Nutzung der Namensrechte an der Marke Dr. Oetker Backgeräte war für uns ein weiterer strategischer Schritt zur Fokussierung auf unser Kerngeschäft. In Zukunft werden wir uns ausschließlich auf die beiden Marken Leifheit und Soehnle konzentrieren. Hierfür haben wir Vertrieb, Marketing und Entwicklung unter einem Dach zusammengefasst. Unseren Marken werden Werte wie Qualität, Stabilität und Zuverlässigkeit zugeordnet. Wir verfolgen das Ziel, diese exzellenten Markenwerte für Leifheit in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege und Küche noch stärker als bisher herauszustellen. Darüber hinaus wollen wir Soehnle als attraktive, moderne Wellnessmarke positionieren.

224 Mio €
stabiler Konzern-
umsatz

„Eine Ergebnissteigerung von über 13 Prozent auf das bereinigte EBIT 2011 ist das Resultat konsequenter Verbesserungen – Tag für Tag.“

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten

Dr. Claus-O. Zacharias: Der Umsatzanteil verkaufter Produkte unter der Marke Dr. Oetker Backgeräte betrug 2012 zirka 6,8 Mio €, dies entspricht in etwa drei Prozent unserer Konzernenerlöse. Die Umsätze wurden zu knapp 50 Prozent in Deutschland erwirtschaftet und fielen ausschließlich im Markengeschäft an. Die Konzentration auf unsere beiden Hauptmarken wird zum einen unser Sortiment weiter verschlanken und zum anderen die damit einhergehende Komplexität reduzieren.

Im Rahmen der Euro- und Schuldenkrise ging die Verbrauchernachfrage – gerade in den südlichen Regionen Europas – teils stark zurück. Wie hat Leifheit darauf reagiert?

Georg Thaller: Leider konnten auch wir uns der negativen Entwicklung im Zuge des allgemeinen Konjunkturrückgangs in Südeuropa nicht entziehen. Verunsicherung und Zukunftsängste führten in diesen Regionen zu einem Rückgang der Nachfrage und damit zu geringeren Umsätzen für Leifheit. Um dieser Entwicklung aktiv entgegenzusteuern, richten wir unser Augenmerk nun stärker auf andere Regionen. Hierzu zählen neben ausgewählten Ländern Asiens vor allem die Wachstumsmärkte in Osteuropa. In Polen gründeten wir Ende 2012 eine neue Gesellschaft. Daneben wird Russland in Zukunft verstärkt im Fokus unserer Aktivitäten stehen. Gleichzeitig haben wir strukturelle Optimierungen in ausgewählten Tochtergesellschaften initiiert um unsere Kostenseite zu entlasten.

Mittels Diversifikation erschließen Sie sich neue Märkte. Wie aber wollen Sie in den bestehenden, teils saturierten Hauptabsatzmärkten weiter wachsen?

Georg Thaller: Nun, im Handel zeigen sich vor allem zwei Trends: Einerseits wächst der Onlinevertrieb stark, andererseits wird der stationäre Handel auch in Zukunft eine wichtige Anlaufstelle für die Verbraucher bleiben. Man muss sich vor Augen führen, dass 70 Prozent aller Konsumenten die Kaufentscheidung direkt vor Ort am „Point of Sale“ treffen. Dies trifft auf ein gestiegenes Qualitätsbewusstsein der Verbraucher in Verbindung mit höheren Ansprüchen an Marken, Store Design und Warenpräsentation. Aus diesem Grund lässt sich im stationären Handel aktuell eine Entwicklung in Richtung hochwertiger Trading-up-Konzepte feststellen.

Entsprechend haben wir zur diesjährigen Konsumgütermesse Ambiente ein komplett neues Konzept zur POS-Excellence präsentiert. Wir kombinieren hier verschiedene Elemente des Packaging, hochwertige Regalmöbel, einen Sortimentsaufbau mit intelligenter Suchlogik und entsprechende Markenkommunikation. Damit unterstützen wir die



Dr. Claus-O. Zacharias

„Einerseits wächst der Onlinevertrieb stark, andererseits wird der stationäre Handel auch in Zukunft eine wichtige Anlaufstelle für die Verbraucher bleiben.“

Trading-up-Bemühungen des Handels und sorgen so für einen höheren Umsatz und eine bessere Wertschöpfung.

Sie haben sich auch im Bereich E-Commerce einiges vorgenommen. Gewähren Sie uns einen kleinen Einblick?

Georg Thaller: Gerne. Wir haben uns intensiv mit den Herausforderungen des E-Commerce auseinandergesetzt. Mehr als zwei Drittel der Verbraucher informieren sich inzwischen vor dem Kauf im Internet – quer durch alle Altersschichten. Leifheit hat in den letzten vier Jahren seine Umsätze in diesem Vertriebskanal mehr als verdoppelt. Ermöglicht wurde dies durch den frühzeitigen Aufbau eines auf den Distanzhandel spezialisierten Key-Account-Managements und die Schaffung von internen Voraussetzungen, um den speziellen Anforderungen dieses Geschäfts gerecht zu werden. Wir reden hier beispielsweise über

70 %
aller Konsumenten
entscheiden am
Point of Sale

flexible logistische Prozesse, absolute Termintreue und geeignete Verpackungen für den Distanzhandel. Weitere Erfolgsfaktoren sind zielorientierte Online- und Offlinevermarktungskampagnen sowie ein zeitgemäßes Content-Management-System für die Bereitstellung strukturierter Produktinformationen.

Der Cross-Channel-Ansatz – also das koordinierte Zusammenspiel verschiedener Vertriebskanäle, wie des stationären Handels, des Onlinevertriebs oder mobiler Vertriebswege – wird zukünftig mehr und mehr an Bedeutung gewinnen. Wir sind dafür ausgezeichnet aufgestellt und bieten unseren Handelspartnern in allen Vertriebskanälen eine kompetente Unterstützung.

2012 hat sich Ihre Aktie deutlich besser als der Markt entwickelt. Eine Bestätigung für gute operative Leistung oder der Einfluss des bevorstehenden Eigentümerwechsels?

Dr. Claus-O. Zacharias: Natürlich hat die Ankündigung eines anstehenden Eigentümerwechsels Einfluss auf einen Aktienkurs. Aber schauen wir uns doch einmal die Fakten an: Die Ankündigung unserer zwei Großaktionäre, ihre Anteile zu veräußern, erfolgte am 15. November 2012. Doch bereits in der Zeit von Januar bis Mitte November konnte unser Wert um knapp 27 Prozent zulegen. Zum Vergleich: Der SDAX ist in dieser Zeit um etwa 12 Prozent gestiegen. Mit dieser Entwicklung können wir sehr zufrieden sein. Der Vorstand sieht die positive Kursentwicklung gleichzeitig als Zeichen, dass auch unsere Aktionäre die dank unserer eingeschlagenen Strategie erreichten Ziele schätzen.

Wir möchten unsere Aktionäre auch in diesem Jahr in einem angemessenen Verhältnis an dem Erfolg unserer Gesellschaft teilhaben lassen. Aus diesem Grund werden wir der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von 1,50 € pro Aktie vorschlagen.

Im aktuellen Geschäftsbericht sprechen Leifheit-Mitarbeiter ihrem Unternehmen das Vertrauen aus. Was bedeutet dies für Sie ganz persönlich?

Dr. Claus-O. Zacharias: Für uns bei Leifheit ist ein vertrauensvolles Miteinander die Basis für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung. Dies gilt für alle unsere Mitarbeiter ebenso wie für die Zusammenarbeit in den Gremien Aufsichtsrat und Vorstand. Wir haben uns einer verantwortungsvollen Unternehmensführung verschrieben. Daher freuen wir uns auch 2013 über die Auszeichnung „Top-Arbeitgeber Deutschland“. An dieser Stelle möchte ich im Namen von Aufsichtsrat und Vorstand allen Mitarbeitern meinen Dank für die im Jahr 2012 geleistete Arbeit und das

„E-Commerce und POS-Excellence werden verstärkt in den Fokus unserer Tätigkeiten rücken.“

uns entgegengebrachte Vertrauen aussprechen. Zusammen mit meinem Vorstandskollegen freue ich mich darauf, mit ihnen gemeinsam die kommenden Herausforderungen anzugehen.

Welchen Ausblick können Sie uns für das aktuelle Geschäftsjahr geben?

Georg Thaller: Wir bringen auch im laufenden Jahr wieder eine Reihe von Innovationen in allen vier Produktkategorien auf den Markt. Darüber hinaus werden wir unsere Strategie „Leifheit GO!“ weiter vorantreiben, in deren Rahmen die Themen E-Commerce und POS-Excellence verstärkt in den Fokus unserer Tätigkeiten rücken. Unser Wachstum im Jahr 2013 wird jedoch stark von der Bewältigung der Euro- und Schuldenkrise abhängig sein. Aktuell gehen wir davon aus, dass sich die konjunkturelle Situation insbesondere in Deutschland wieder etwas aufhellen wird. Trotzdem wird 2013 kein leichtes Jahr. Bereinigt um die Effekte aus der Beendigung des Lizenzvertrags für die Marke Dr. Oetker Backgeräte erwarten wir im aktuellen Jahr auf Konzernebene ein Umsatzplus von zwei bis vier Prozent. Dabei rechnen wir im Markengeschäft mit einem Wachstum im Rahmen unserer langfristigen Prognose von durchschnittlich drei bis fünf Prozent. Im Volumengeschäft gehen wir von einer stabilen Entwicklung aus.

Dr. Claus-O. Zacharias: Bezüglich unserer Ergebnisentwicklung sind gegenläufige Effekte in Betracht zu ziehen: Auf der einen Seite konnten wir unsere operative Aufstellung im abgelaufenen Geschäftsjahr durch den Ausbau unserer Standorte Blatná und Zuzenhausen weiter verbessern. Auf der anderen Seite haben sich – nach zwei Jahren mit einem ausgezeichneten Ergebniswachstum – die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verschlechtert. Wir rechnen daher für das laufende Geschäftsjahr mit einem stabilen Ergebnis auf dem Niveau des bereinigten EBIT 2012. Trotz der angespannten konjunkturellen Lage blicken wir positiv nach vorn. Wir sind zuversichtlich, dass unser Unternehmen in Zukunft auf dem Wachstumspfad weiter vorankommen wird.

+ 2 bis 4 %
Umsatzwachstum

Stabiles
Ergebnis

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten



Georg Thaller

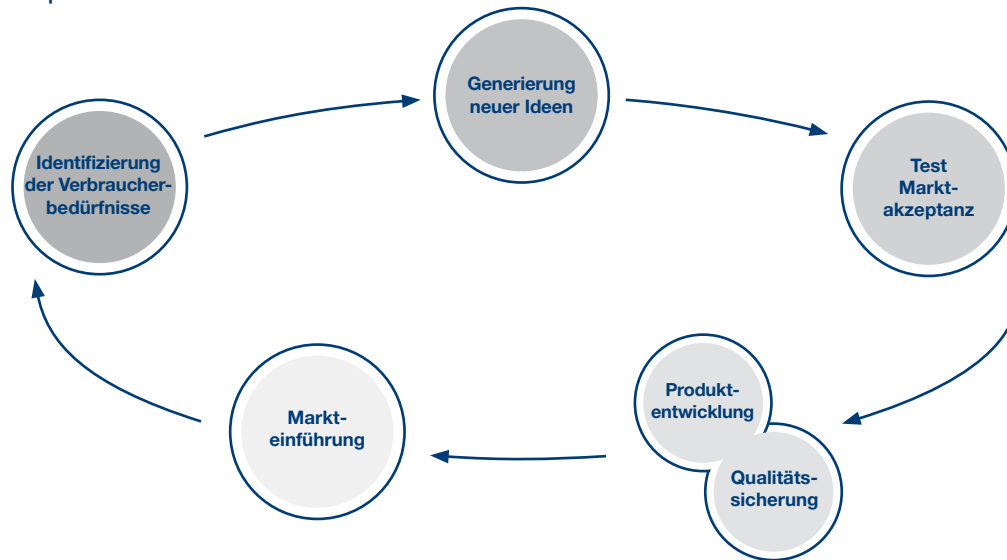
Seit 2. November 2009 CEO der Leifheit AG und verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing, Entwicklung, Recht/Patente und Revision.

Dr. Claus-O. Zacharias

Seit 1. Dezember 2008 CFO der Leifheit AG und verantwortlich für die Bereiche Finanzen, Controlling, Personal, IT/Geschäftsprozesse, Einkauf, Operations und Qualitätsmanagement.

Höchste Ansprüche an Innovation und Qualität

Unser Innovationsprozess



Wir entwickeln clevere und zuverlässige Lösungen, mit denen die Arbeit im Haushalt reibungslos von der Hand geht. Dabei haben wir höchste Ansprüche an Innovation und Qualität – mit dem Ziel, immer eine Idee besser zu sein.

Die Marken- und Kommunikationsstrategie ist eine der tragenden Säulen unserer Unternehmensstrategie. Dies wirkt sich auch auf unser Produktsortiment und unsere Innovationen aus. Denn unsere Markenidentität erlaubt ausschließlich Produkte, die den Eigenschaften unserer Marken voll und ganz gerecht werden. Die Marktforschung belegt, dass unseren Marken Leifheit und Soehnle höchst relevante Werte wie Qualität, Stabilität und Zuverlässigkeit zugeordnet werden – Kernwerte, die auf ein erhöhtes Qualitätsbewusstsein der Verbraucher treffen. Deren Bedürfnisse stehen im Zentrum unserer Innovationsstrategie. Sie konsequent zu erfüllen und idealerweise den Konsumentenwünschen zuvorzukommen – das ist die Innovation, wie Leifheit sie versteht. Das gilt für alle vier Kernkategorien des Unternehmens: Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Innovativ aus Überzeugung

In Marketing und Entwicklung schlägt daher das Herz unseres Unternehmens. Hier trifft technische Expertise auf Leidenschaft für unsere Marken. Im Jahr 2012 haben wir diese beiden Kernbereiche für unsere Marken Leifheit und Soehnle unter eine gemeinsame Leitung gestellt, um Synergien zu nutzen. Gleichzeitig haben wir unsere Innovationsprozesse neu fokussiert. Dabei wurde auch ein international ausgerichtetes strategisches Marketing etabliert, um mithilfe zielgerichteter Marktforschung die Bedürfnisse der unterschiedlichsten Märkte und Konsumenten noch besser zu identifizieren und daraus Innovationen, Sortimente, Positionierungen und Konzepte für unser internationales Wachstum abzuleiten.

In Marketing und Entwicklung arbeitet ein Team von kreativen und engagierten Mitarbeitern täglich an innovativen Produktideen, durch

mit denen wir uns klar von unseren direkten Wettbewerbern abgrenzen und unsere Kunden begeistern wollen. So konnten wir im Jahr 2012 wieder eine Vielzahl an Innovationen in unseren vier Produktkategorien hervorbringen, die im Rahmen der Internationalen Frankfurter Messe Ambiente im Februar 2013 der Öffentlichkeit vorgestellt wurden.

Ausgezeichnete Produktqualität

Bei uns ist Qualität kein Lippenbekenntnis. Daher werden die Mitarbeiter unseres Qualitätsmanagements bereits früh in den Innovationsprozess eingebunden. Sie definieren die hohen Qualitätsanforderungen und stellen deren Einhaltung sicher. So werden wir höchsten Anforderungen an Funktionalität, Sicherheit und eine lange Lebensdauer unserer Produkte gerecht – für uns die Basis für wirklich nachhaltige Produktkonzepte.

Der Erfolg kann sich sehen lassen: Unsere aktuellen Neuprodukte haben einmal mehr eine Reihe anerkannter Auszeichnungen erhalten. Dazu gehören beispielsweise der „Plus X Award“, der „iF product design award“, der „red dot design award“ sowie die Auszeichnungen „Produkt des Jahres“ von pro-K und „KüchenInnovation des Jahres“ der Initiative LifeCare. Es freut uns, dass ein Produkt mit dem „Golden Award“ als bestes seiner Kategorie prämiert wurde und auch Verbrauchermagazine unsere Produkte mit guten bis sehr guten Noten empfehlen. Darüber hinaus wurden auch unsere Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit honoriert. Neben der Tatsache, dass Leifheit- und Soehnle-Produkte per se durch ihre hohe Qualität und Langlebigkeit vom Verbraucher als nachhaltig erlebt werden, wurden unsere Solar-Küchen- und -Personenwaagen mit der Auszeichnung „Blauer Engel“ noch einmal besonders hervorgehoben.

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten

„Ich vertrau auf Leifheit, weil unsere Produkte immer eine Idee besser sind.“

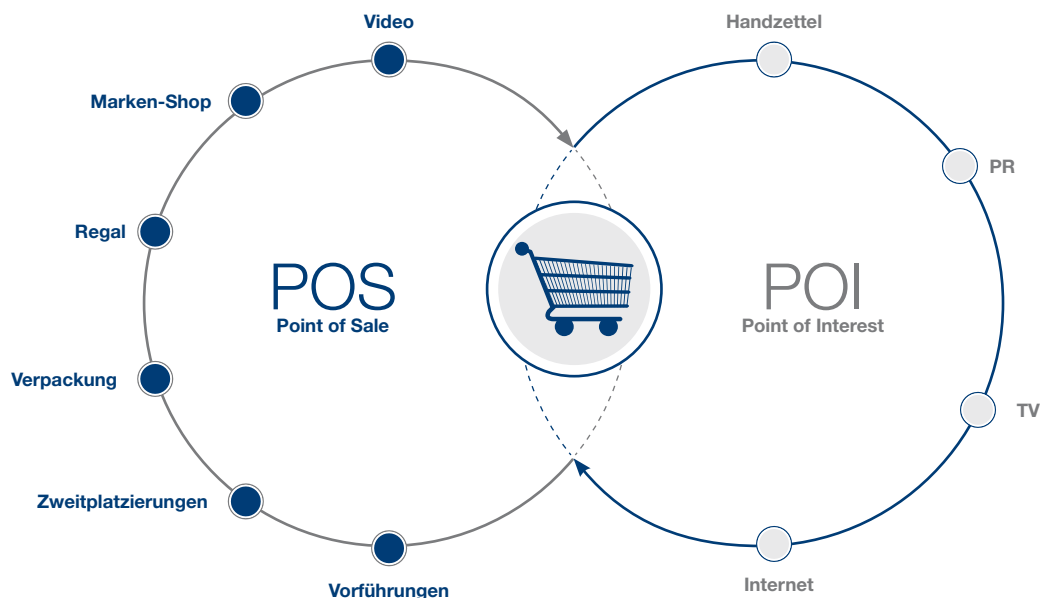


Ina Gritschuk, Entwicklungsingenieurin, Nassau/Lahn

Wir entwickeln innovative und qualitativ hochwertige Produkte, die den Anforderungen unserer Kunden gerecht werden. Wir freuen uns auch dieses Jahr wieder über zahlreiche Auszeichnungen, die wir für Produkte unserer Marken Leifheit und Soehle erhalten haben.

Starke Marken gekonnt in Szene gesetzt

POS Excellence



Die hohe Bekanntheit und das positive Image unserer Marken in der Wahrnehmung der Konsumenten sind für uns ein wesentliches Erfolgskriterium. Entsprechend entwickeln wir Konzepte, um dem gestiegenen Qualitätsbewusstsein der Verbraucher zu begegnen und Leifheit sowie Soehnle als Premiummarken zu positionieren.

Wir evaluieren in regelmäßigen Abständen die Bekanntheit unserer Marken in der Öffentlichkeit. Leifheit und Soehnle gehören laut Umfragen renommierter Marktforschungsinstitute zu den bekanntesten Marken Deutschlands und genießen eine hohe Kundenzufriedenheit. Mit unserer 2012 gestarteten Kampagne „Ich vertrau auf Leifheit“ schlagen wir die Brücke zwischen Markenvertrauen und Kundenloyalität. Durch die emotionale Gestaltung fördern wir die enge Beziehung zu unseren Kunden, unterstützen das positive Markenbild und machen auf diese Weise die Begeisterung für unsere Marke greifbar. Markenerfolg ist unser Ziel. Die Marken- und Kommunikationsstrategie ist folglich eine der tragenden Säulen unserer Unternehmensstrategie.

Erfolgsfaktor POS Excellence

Gerade jüngere Konsumenten besitzen heute wieder ein höheres Marken- und Qualitätsbewusstsein. Gefragt sind nicht nur ausgezeichnete Produkte, sondern auch hochwertige und optisch ansprechende Warenpräsentationen. Trading-up-Strategien, also Konzepte zur Verbesserung des Leistungsangebots mit dem Ziel einer optimierten Wertschöpfung, werden damit zum zentralen Branchenthema des Jahres 2013. Hierbei gilt es, für hochwertige Sortimente das nötige Umfeld im stationären Handel zu schaffen. Denn laut einer aktuellen GfK-Studie fallen 70 Prozent aller Kaufentscheidungen am Point of Sale (POS). Etwa 40 Prozent der Verbraucher haben sich vorher zwar über Marken und Produkte informiert – die tatsächliche Entscheidung wird jedoch unter anderem

aufgrund der Warenpräsentation im Regal, der Verpackung sowie der Erläuterung, die im Handel zum Produkt gegeben wird, getroffen. Und hier setzen wir an:

Durch die Kombination von Verpackungsgestaltung, Produktpräsentation, Ladenbau und Markenkommunikation schaffen wir adäquate Markenwelten am POS, die begeistern. Unser Präsentationskonzept basiert auf qualitativen Konsumentenanalysen und beinhaltet zielgruppengerichtete Kundenleitsysteme sowie eine überarbeitete Suchlogik im Regal. Die hochwertige Möblierung sorgt für eine der Markenpositionierung entsprechende erstklassige Präsentation der Leifheit- und Soehnle-Sortimente.

Daneben sind Sichtbarkeit, Struktur und Sensorik – also Ertasten, Sehen und Testen – wichtige Kriterien für die Warenpräsentation. Über aufmerksamkeitsstarke Verpackungen, erklärende Regal-Tools und eigens entwickelte Teststationen sowie Videounterstützung machen wir deshalb unsere Markenprodukte für den Verbraucher erlebbar. Das neue POS-Konzept wird durch ein Bündel an Kommunikationsmaßnahmen begleitet. Dazu gehören TV-Werbung, Onlinekommunikation sowie reichweitenstarke PR-Aktivitäten.

Mit diesem Mix aus optimierter Regal- und Produktpräsentation mit unterstützender Kommunikation sorgen wir für höhere Umschlagsgeschwindigkeiten und eine optimale Wertschöpfung.

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten



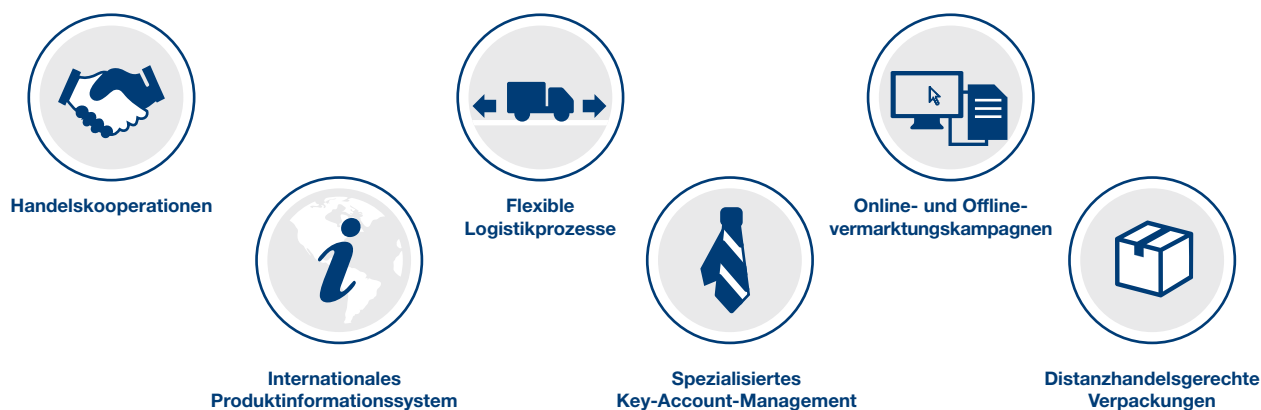
Christian Rojahn, POS-Marketing-Manager, Nassau/Lahn

Markenerfolg zu haben bedeutet mehr als die Herstellung hochwertiger Produkte. Entscheidend für den Erfolg ist vor allem auch die Produktpräsentation am Verkaufsregal. Über aufmerksamkeitsstarke Verpackungen, eine intelligente Suchlogik am Regal, Teststationen und eine effiziente Markenkommunikation machen wir unsere Produkte für den Verbraucher erlebbar.

„Ich vertrau auf Leifheit, weil wir die richtigen Konzepte für mehr Wertschöpfung bieten.“

Intelligente Vernetzung von Vertriebskanälen

Erfolgsfaktoren E-Commerce



Neue Vertriebswege gewinnen immer stärker an Bedeutung. Neben dem stationären Handel etabliert sich der Onlinehandel mit rasantem Wachstum. Herausforderung ist es, etablierte und neue Vertriebskanäle so miteinander zu verzahnen, dass sie bestmöglich voneinander profitieren. Leifheit bietet seinen Handelspartnern dafür das jeweils passende Konzept.

Neben dem stationären Vertrieb werden Haushaltsprodukte heute verstärkt über das Internet nachgefragt. In diesem Zuge hat auch der Cross-Channel-Ansatz deutlich an Bedeutung gewonnen. Gemeint ist hiermit das koordinierte Zusammenspiel und die Vernetzung verschiedener Vertriebskanäle, wie des stationären Handels, des Onlinevertriebs, des Verkaufs über Katalog oder mobiler Vertriebswege.

44 Millionen Deutsche kaufen online, ein großer Teil der Konsumenten greift auf das Internet zurück, wenn sie sich über ein Produkt informieren möchten. Der Internethandel bietet folglich rasante Wachstumschancen, bringt aber auch enorme Herausforderungen hinsichtlich Prozessen, Verpackungen und Logistik mit sich.

Wachstumstreiber E-Commerce

Wir bei Leifheit haben uns schon früh diesen Anforderungen gestellt und ein auf den Distanzhandel spezialisiertes Key-Account-Management etabliert. Der Erfolg kann sich sehen lassen: Seit 2009 hat sich unser Umsatz in diesem Vertriebskanal verdoppelt.

Im aktuellen Geschäftsjahr wollen wir diesen Vertriebskanal noch weiter forcieren. Mit dem Rollout eines neuen E-Commerce-Projektes sind wir

zukünftig noch besser für den Onlinehandel gewappnet und können unsere internationalen Distributionspartner noch gezielter unterstützen. Dafür machen wir unsere Organisation „onlinefähig“ – mit Spezialistenteams in allen relevanten Unternehmensbereichen, die sich mit den besonderen Herausforderungen des E-Commerce auseinandersetzen. Erste Schritte haben wir im Jahr 2012 erfolgreich umgesetzt: Unsere flexiblen logistischen Prozesse sorgen für absolute Termintreue bei der Belieferung. Die Einführung eines zeitgemäßen Produktinformationsmanagements ermöglicht es uns, alle vermarktungsrelevanten Produktdaten in einem System zentral und medienneutral zu speichern. So können wir jeden Kanal im Handumdrehen mit exakten Informationen beliefern. Optimierte Verpackungen und zielgruppenorientierte Online- und Offlinevermarktungskampagnen sind weitere wesentliche Erfolgsfaktoren.

Einen wichtigen Schritt in der Onlinevermarktung unserer Produkte werden wir auch mit dem Relaunch unserer Website vollziehen. Der neue Leifheit-Webauftritt bietet dem Nutzer unter anderem ein modernes Bedienkonzept, ein hochwertiges und ansprechendes Design, viel Raum für Information, die Verknüpfung von Produkt- und Mehrwertinformation, die Social-Media-Anbindung und eine neue Shopping-Funktionalität.

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten

„Ich vertrau auf Leifheit, weil wir Perspektiven für profitables Wachstum haben.“



Christoph Junkert, Key-Account-Manager E-Commerce, Nassau/Lahn

Das Informations- und Kaufverhalten, gerade der jüngeren Zielgruppen, ändert sich dynamisch. Der Vertriebskanal E-Commerce bietet für uns noch erhebliche Wachstumsmöglichkeiten in der Zukunft. Mithilfe verbesserter Prozesse und Maßnahmen werden wir diesen Distributionskanal in Zukunft noch gezielter unterstützen.

Operations- und Logistikprozesse im Fokus



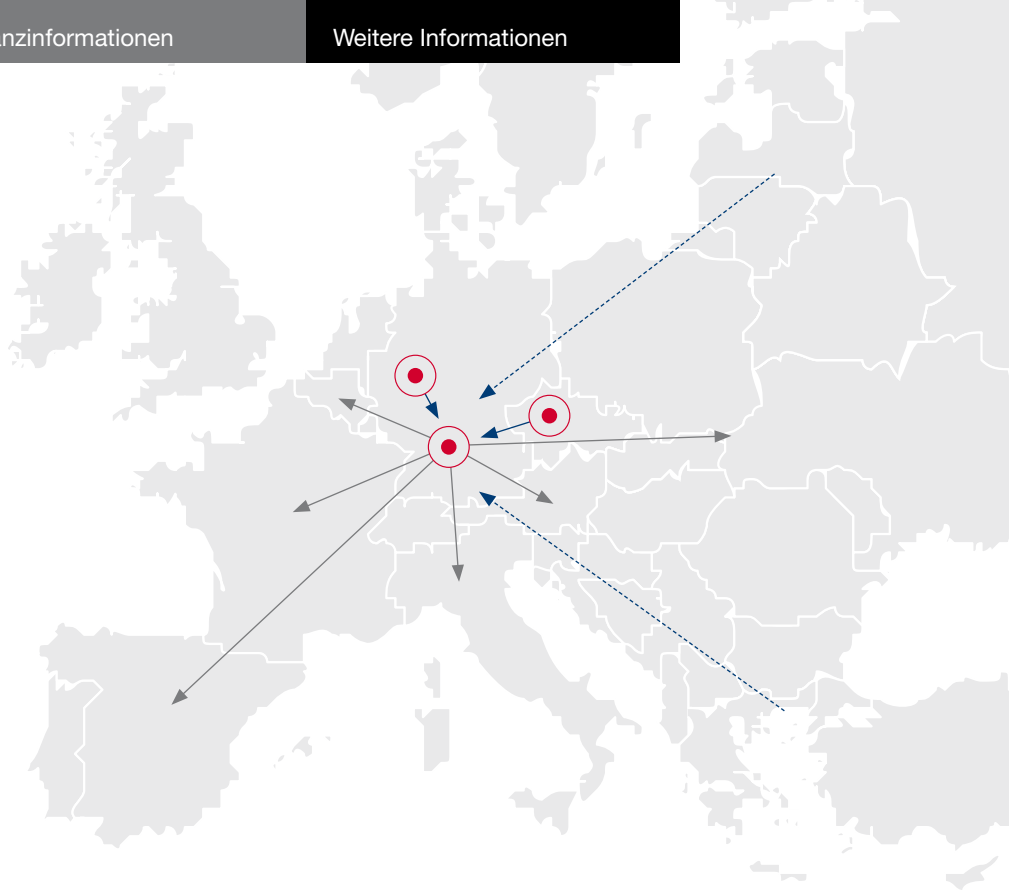
Mithilfe einer nachhaltigen Optimierung des strategischen Einkaufs erzielen wir positive Effekte für das Gesamtergebnis. Der Zugriff auf unterschiedliche Beschaffungsmärkte und Lieferquellen verstärkt zudem unsere Produktionssicherheit. Darüber hinaus setzen wir auf ein intelligentes Risikomanagement zur Früherkennung von Problemen innerhalb der Lieferkette.

„Ich vertraue auf Leifheit, weil Effizienz und Wirtschaftlichkeit unsere obersten Gebote sind.“

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten

Operations-/Logistikströme

-  Produktions- und Logistikstandorte
-  Produktion
-  Versand
-  Sourcing



In einem wettbewerbsintensiven Umfeld sind nicht zuletzt hocheffiziente logistische Prozesse und die Schaffung wettbewerbsfähiger Produktionsressourcen entscheidend für die Erreichung unserer Wachstumsziele. Nur so können wir auf Kundenwünsche flexibel reagieren und beispielsweise den wachsenden Herausforderungen des E-Commerce begegnen. Strategische Investitionen in unsere modernen Produktions- und Distributionsstandorte sind die Basis für unseren Unternehmenserfolg.

Blatná: gerüstet für zukünftiges Wachstum

Unser 1995 gegründetes Werk in der Tschechischen Republik ist heute der bedeutendste Produktionsstandort der Leifheit-Gruppe. Rund 380 Menschen fertigen hier vor allem Reinigungsgeräte, Standtrockner und Bügeltische. Jährlich wird hier ein Transportvolumen von 150.000 Paletten produziert.

2012 sind im Rahmen unserer Wachstumsstrategie rund 4,5 Mio € an Investitionen in unser tschechisches Werk geflossen. Stolz 5.000 Quadratmeter umfasst unsere neue Produktions- und Lagerhalle in Blatná. So sind wir bestens für künftige Anforderungen gerüstet und erfüllen alle Voraussetzungen für weiteres Wachstum.

Durch eine effizientere Strukturierung der Fertigungsbereiche und eine bessere Flächennutzung haben wir zusätzlich die Fertigungstiefe bei Schlüsselprodukten deutlich ausgebaut. Gleichzeitig wurde die Produktionsqualität weiter verbessert und die Herstell- und Durchlaufzeiten spürbar verkürzt. Zudem konnten wir unsere Flexibilität deutlich erhöhen, was es uns ermöglicht, den individuellen Anforderungen unserer Kunden noch effizienter nachzukommen. Damit sind wir noch besser als bisher in der Lage, ausgewählte Produkte, die wir bisher in Fernost fertigen ließen, in unserem eigenen Werk in Blatná herzustellen – direkt vor den Toren unserer Hauptabsatzmärkte.

Der Einsatz von neuesten Technologien in Logistik und Fertigung, kurze Transportwege und ein schnelles Reaktionsvermögen auf die Anforderungen des Marktes – das sind eindrucksvolle Argumente, die für unser erweitertes Werk in Blatná sprechen.

Ausbau unseres Logistikstandorts Zuzenhausen

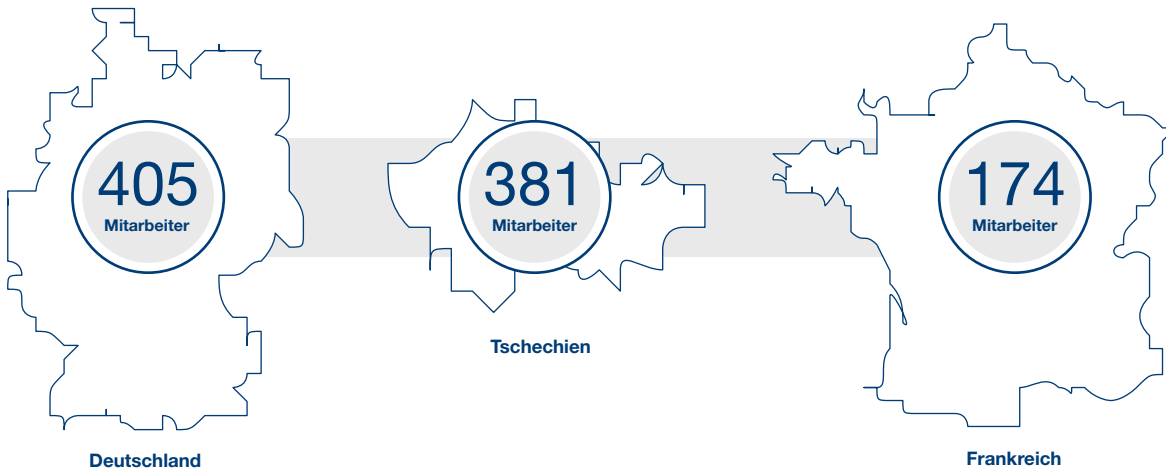
Etwa 120 Mitarbeiter sorgen an unserem Standort in Zuzenhausen für eine reibungslos funktionierende Logistikkette – vom Wareneingang über die Kommissionierung bis hin zur termingerechten Auslieferung in über 80 Märkte der Welt. Bei einer Lagerkapazität von 85.000 Quadratmetern werden in unserem Logistik- und Distributionszentrum rund 1,4 Millionen Positionen pro Jahr kommissioniert.

Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie „Leifheit GO!“ setzten wir im Jahr 2012 zwei bedeutende Projekte für mehr Effizienz in den Supply-Chain- und den Logistikprozessen in Zuzenhausen um: die Steigerung der Lagerkapazitäten und die Optimierung unserer Materialflüsse. Kürzere Wege, eine optimale Ausnutzung der räumlichen Ressourcen sowie der Einsatz von modernster Lagertechnologie – sogenannte Palettenshuttle-Systeme in Einfahrregalanlagen – ermöglichen uns eine Kapazitätserweiterung von rund 20 Prozent auf 53.000 Palettenstellplätze. Zum Vergleich: Würde man die Paletten aneinanderreihen, gäbe das eine Gesamtlänge von rund 64 Kilometern.

Dank aufgestockter Lagerkapazitäten und strukturierter Materialflussprozesse sind wir heute besser aufgestellt, um den künftigen Anforderungen zu begegnen. Durch den effizienten Einsatz aller verfügbaren Ressourcen sowie die hohe Flexibilität am Logistikstandort Zuzenhausen sind wir gerüstet für die Herausforderungen des weltweiten Vertriebs und können rasch auf sich verändernde Markt- und Kundenanforderungen reagieren.

Personalmanagement als strategischer Erfolgsfaktor

Aufteilung Mitarbeiter nach wesentlichen Standorten



Nicht nur in Zeiten des demografischen Wandels ist qualifiziertes und motiviertes Personal ein strategischer Faktor. Denn was uns erfolgreich macht, ist vor allem die Innovationskraft unserer Mitarbeiter. Gewohntes hinterfragen, Bewährtes verbessern und Neues entwickeln – unsere Teams in allen Unternehmensbereichen leisten jeden Tag ihren individuellen Beitrag. Ihr Know-how bringt uns weiter, unser Personalmanagement unterstützt sie dabei.

Wir fördern Motivation und Engagement und investieren gezielt in Qualifikations- und Weiterbildungsmaßnahmen für unsere Belegschaft. Dabei werden bei Leifheit Kommunikation, Mitsprache und Qualifikation großgeschrieben: Ausgangspunkt ist ein jährliches Mitarbeitergespräch, das – abseits des manchmal hektischen Tagesgeschäfts – dem gegenseitigen Feedback, der Vereinbarung von Zielen und der Ermittlung des Weiterqualifizierungsbedarfs dient. Auf dieser Basis bieten wir unseren Mitarbeitern passgenau auf sie zugeschnittene Qualifizierungsmaßnahmen an. Im Rahmen von Management-Audits analysieren wir zudem regelmäßig die Stärken und Entwicklungsfelder unserer Teams als Ganzes und zeigen gleichzeitig mögliche Optimierungspotenziale auf. Die Wirksamkeit unserer Personalentwicklungsmaßnahmen evaluieren wir in festen Abständen durch Mitarbeiterbefragungen, die auch Feedback zur allgemeinen Arbeitszufriedenheit und zur Leadership unserer Führungskräfte einholen. Die Themen, die uns hieraus vorgegeben werden, haben unsere Mitarbeiter im Jahr 2012 in fach- und hierarchieübergreifenden Arbeitsgruppen bearbeitet und dabei gemeinsame Lösungen entwickelt, die unser Unternehmen weiter voranbringen.

Ausbildung auf hohem Niveau

Als vorausschauendes Unternehmen setzen wir auf Fach- und Führungsnachwuchs aus den eigenen Reihen: Auszubildende erhalten bei Leifheit nicht nur eine theoretisch und praktisch fundierte Ausbildung, sondern haben die Möglichkeit, früh Verantwortung zu übernehmen.

Schon früh binden wir unsere Auszubildenden in verschiedene Projekte ein. Im Rahmen unserer Juniorfirma erfahren die jungen Leute bereits während der Ausbildung, was es heißt, unternehmerisch zu

denken. Mit Unterstützung erfahrener Manager erlernen sie direkt die Praxis der Unternehmensführung, indem sie selbstständig die Leitung unserer Werksverkaufsstellen übernehmen. Das heißt konkret: Die Juniorfirma ist konzipiert als „Unternehmen im Unternehmen“. Eingeteilt in Teams mit verschiedenen Zuständigkeitsbereichen erleben unsere Azubis die Abläufe wie in einem richtigen Unternehmen. Damit lernen sie gleich drei Dinge auf einmal: schneller Verantwortung zu übernehmen, fundiertes Wissen aufzubauen und Verständnis für professionelle Teamarbeit. Denn „Learning by doing“ ist eine wesentlich effektivere Art des Lernens. Deshalb betreuen die Auszubildenden auch den Leifheit-Facebook-Auftritt zum Thema Ausbildung komplett in Eigenregie – von der Konzeption über die Themenplanung bis zum Posten der Beiträge.



Leifheit erneut „Top Arbeitgeber“

Unsere Unternehmenskultur der offenen Tür und der starke Fokus auf die persönliche und berufliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden hat uns im Jahr 2013 zum wiederholten Mal die Auszeichnung „Top Arbeitgeber Deutschland“ eingebracht. Als eines von deutschlandweit rund 120 Unternehmen wird Leifheit damit von unabhängiger Seite bescheinigt, dass wir unseren Mitarbeitern ein im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichnetes Umfeld bieten, um ihre individuellen Stärken zu entwickeln und einzusetzen.

Wir bei Leifheit verstehen die konsequente Weiterbildung und Qualifikation unserer Mitarbeiter als eine Investition in die Zukunft des Unternehmens. Deshalb ist unser Personalmanagement ein wichtiger Aspekt unserer Unternehmensstrategie.

- 2 Gespräch mit dem Vorstand
- 6 Ich vertrau auf Leifheit
- 16 Produktneuheiten



Melanie Kranz, Auszubildende zur Industriekauffrau und Mitglied der Juniorfirma, Nassau/Lahn

Leifheit ist auch 2012 wieder als Top-Arbeitgeber ausgezeichnet geworden. Für uns Bestätigung einer vorausschauenden Personalpolitik. In regelmäßigen Schulungsmaßnahmen steigern wir die Qualifikation und Kompetenz unserer Mitarbeiter mit dem Ziel: gemeinsam mehr zu erreichen.

„Ich vertrau auf Leifheit, weil Motivation, Kompetenz und Erfahrung uns voranbringen.“

Produktneuheiten

Der Leifheit-Konzern bringt wieder eine Reihe Innovationen in seinen vier Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing auf den Markt. Immer mit dem Anspruch, eine Idee besser zu sein.

Reinigen

Fenstersauger



Für den streifenfreien Durchblick hat Leifheit eine neue und effektive Lösung für die Fensterreinigung entwickelt: einen handlichen Fenstersauger, der das Wasser nach dem Reinigen ganz bequem absaugt. Herabtropfendes Schmutzwasser auf der Fensterbank oder dem empfindlichen Boden gehören damit der Vergangenheit an. Auch andere glatte Oberflächen wie Duschkabinen und Spiegel befreit das akkubetriebene Gerät restlos und völlig streifenfrei von Wasser und Schmutz.

Clean Twist System und Clean Twist Mop



Mit seinem Clean Twist System begeistert Leifheit auch in diesem Jahr seine Kunden. Das Erfolgsgeheimnis: Dank des einzigartigen Antriebes im Stiel werden Wasser und Schmutz aus dem Bodenwischer herausgeschleudert – ganz bequem ohne umständliche Fußbedienung und ohne Hände im Schmutzwasser. Mit dem neuen Clean Twist Mop bietet Leifheit eine Erweiterung

des Systems speziell für Stein- und Fliesenböden. Mit seinen langen Microfaser-Streifen kommt der Reiniger in jeden Winkel des Hauses.

Click System



Ob Parkett, Fliesen oder Steinboden: Jeder Bodenbelag verlangt ein spezielles Reinigungsgerät. Gerade Menschen mit kleinen Wohnungen bleibt oft nur wenig Platz für Besen, Bodenwischer und Co. Deshalb bietet Leifheit sein platzsparendes Click System nun auch für die Bodenreinigung: Dank der neuen Aufsätze mit Easy-Click-Funktion kann spielend leicht zwischen Wasserschieber, Suprabesen und dem Bodenwischer Clean & Away von Leifheit gewechselt werden – und das mit nur einem Stiel. Ein Klick genügt und schon kann der Aufsatz des Teleskopstiels mit einem anderen Reinigungsgerät verbunden werden. Das spart eine Menge Platz in der Aufbewahrung und bietet ein Höchstmaß an Flexibilität.



Wäschepflege

Varioline



Ob Wäscheständer oder Wäscheschirme – anpassungsfähige Trockensysteme können sich der Gunst der Konsumenten sicher sein. Damit liegt der neue Leifheit-Varioline-Flügelrockner voll im Trend. Er zeichnet sich durch variable Trockenstäbe aus und ermöglicht durch individuelle Abstände zwischen den Trockenstäben eine bessere Luftzirkulation und damit kürzere Trocknungszeiten. In der Größe L bietet der Varioline-Wäscheständer sogar Platz für bis zu zwei Waschmaschinenladungen.

Bügeltische in der Colour Edition 2013



Mit den neuen Bügeltischen der Colour Edition 2013 geht die Arbeit spielend von der Hand. Die Bügeltische AirBoard Fusion M Plus und AirSteam Fusion M sind besonders leicht und lassen sich daher komfortabel auf- und abbauen. Sie sind die perfekten Partner für leichtes, schnelles Bügeln bei perfekten Ergebnissen! Der Bügeltisch AirBoard Fusion M Plus, erhältlich im

dekorativen Himmelsmotiv in der Trendfarbe Fresh Lime, verkürzt zudem die Bügelzeit um bis zu 33 Prozent. Der Grund: Durch seine innovative Thermo-Reflect-Technologie werden Dampf und Hitze reflektiert und die Wäsche wird auf diese Weise gleichzeitig von beiden Seiten geglättet. Das Himmelsmotiv des AirSteam Fusion M überrascht in der Farbe Tender Lilac. Der Bügeltisch verbindet als Erster seiner Art die Vorteile der LeiTec-Bügelfläche mit denen einer Dampfstationsablage.

Bügeltischbezüge in der Colour Edition 2013



Jetzt kommt Farbe ins Spiel: Die Bügeltischbezüge der Colour Edition 2013 von Leifheit sorgen mit ihren frischen Farben und Dekoren für gute Laune bei der Hausarbeit. Lust auf Sommer, Sonne, Strand und Meer machen die Ersatzbezüge „Summerfeeling“ mit Palmendekor. Einen Hauch von großer, weiter Welt verbreiten die Ersatzbezüge der Linie Cosmopolitan. Sie tragen die Namen der angesagten Metropolen Amsterdam, Dubai, San Francisco und Rio de Janeiro.



Küche

Fresh&Slim



Endlich Platz und keine mit Vorratsdosen überfüllten Schränke mehr. Die neuen Leifheit-Fresh&Slim-Frischhalte-dosen sind falt- und stapelbar und sparen im zusammengefalteten Zustand bis zu 60 Prozent Platz. Egal ob für zuhause oder unterwegs, ob eckig oder rund – alle Fresh&Slim-Dosen sind zu 100 Prozent auslaufsicher. Und sie wachsen mit dem Inhalt. Zusammengefaltete sind sie für kleine Mengen verwendbar. Soll es etwas mehr sein, einfach auffalten. In attraktiven Farben begeistern die Fresh&Slim-Dosen Junge und Junggebliebene gleichermaßen.

Comfort Slicer



Die neue Generation des Scheibenschneidens heißt Leifheit Comfort Slicer. Er ist der erste Scheibenschneider mit ergonomischem Griff. Mit diesem Produkt lässt sich das Gemüse komfortabel direkt über Schüssel und Pfanne hobeln – ohne die Reibe auflegen zu müssen. Damit die Hände

nicht mit der scharfen Klinge in Berührung kommen, gibt es einen großen komfortablen Schneidgutbehälter inklusive Einsatz für Gemüse mit geringem Durchmesser.

Spiral Slicer



Mit dem Spiralschneider von Leifheit verwandelt man Obst und Gemüse ruck, zuck in hauchdünne Endlosspiralen. Damit ist er der ideale Partner für geschmackvolle Salatkreationen und schöne Gemüsedekorationen. In den XL-Behälter passen problemlos auch großes Obst und Gemüse.

Speed Quirl



Mit dem Speed Quirl spart man wertvolle Zeit: Dank seiner speziell gewirbelten Drähte lassen sich mit dem innovativen Schneebesens Soßen, Cremes und Sahne doppelt so schnell und mit weniger Kraftaufwand schlagen und mixen. Bei der Entwicklung vertrauten wir auf die langjährige Erfahrung von Starkoch Christian Henze.



Wellbeing

Digitale Personenwaage Web Connect



Mit einer völlig neuen Generation von Personenwaagen richtet sich Soehnle an eine gesundheitsbewusste und fitnessorientierte Zielgruppe. Neben der bewährten Soehnle-Wiegepräzision ist es mit Hilfe der neuen Web-Connect-Waagen nun möglich, die ermittelten Gewichts- und Körperwerte transparent über das Internetportal oder eine Smartphone-Applikation nachzuvollziehen. Die Werte werden langfristig gespeichert und ihre Entwicklung wird in übersichtlichen Verlaufskurven dargestellt. Auf diese Weise hat man seine Erfolge immer im Blick.

Limitierte Design-Kollektionen



Sowohl bei Personen- als auch bei Küchenwaagen erwarten die Verbraucher im Jahr 2013 limitierte Editionen mit neuen Designmotiven aus der Welt von Disney und Sheepworld.

Design-Luftbefeuchter Airfresh



Jetzt kommen angenehmes Raumklima und Frische ins Haus mit dem neuen Design-Luftbefeuchter Airfresh von Soehnle. Die moderne Luftbefeuchtungstechnik sorgt für eine sanfte und gleichmäßige 360°-Luftbefeuchtung. Zur Wahl stehen verschiedene Öle, die ein angenehmes Dufterlebnis zaubern. Das formschöne Design macht das Produkt zu einem einzigartigen Wohnaccessoire.

Körper-Analysewaage mit Solartechnik



Erstmals bietet Soehnle mit der Solar Fit eine Körper-Analysewaage mit Solartechnik an. Neben dem Körpergewicht ermittelt Solar-Fit den Anteil an Körperfett und -wasser und auch die Berechnung des Body-Maß-Indexes (BMI) ist kein Problem.



Bericht des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat nahm im Geschäftsjahr 2012 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 kontinuierlich 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, über die für das Unternehmen relevanten Vorkommnisse und Maßnahmen, über 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 bedeutsamen Geschäftsvorfälle ausführlich mit dem Vorstand erörtert und abgestimmt. Insbesondere zustimmungsbedürftige Geschäfte wurden vom Aufsichtsrat eingehend überprüft und entschieden.

Der Aufsichtsratsvorsitzende stand auch zwischen den Aufsichtsratssitzungen in regelmäßigem Kontakt mit dem Vorstand, um mit ihm Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance des Unternehmens zu beraten.

Im Geschäftsjahr 2012 fanden vier Aufsichtsratssitzungen statt. 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.

Im März 2012 befasste sich der Aufsichtsrat in Anwesenheit des Wirtschaftsprüfers intensiv mit der Erörterung und Prüfung des Jahresabschlusses, mit der Erörterung und Beschlussfassung über die Tagesordnung der Hauptversammlung sowie der Vorschläge an die Hauptversammlung, mit der Verlängerung des Dienstvertrages von Herrn Thaller, mit der Distributionsanalyse sowie mit der Selbstevaluation des Aufsichtsrats. Schwerpunktthema der Aufsichtsratssitzung im Mai war das Thema E-Commerce.

In der Septembersitzung erörterte der Aufsichtsrat im Wesentlichen die Strategie und Corporate Governance. Gegenstand der Sitzung im Dezember 2012 waren die Mittelfristplanung, die Planung 2013, die Aktionsfelder und Produktentwicklung der Kategoriestrategien sowie der Verkauf des Lizenzgeschäfts Dr. Oetker Backgeräte.

Der Aufsichtsrat hat einen Prüfungs- und einen Personalausschuss gebildet. Der Prüfungsausschuss (Audit Committee) kam zweimal zusammen, um sich mit der Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, der Wirksamkeit des internen Kontrollsystems und des internen Revisionssystems, der Abschlussprüfung – hier insbesondere der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der vom Abschlussprüfer zusätzlich erbrachten Leistungen, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer, der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung – sowie der Compliance zu befassen. Der Abschlussprüfer war bei beiden Sitzungen des Prüfungsausschusses anwesend und berichtete ausführlich über alle für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Vorkommnisse, die sich bei der Durchführung der Abschlussprüfung ergeben haben. Der Personalausschuss trat zweimal zusammen. Im Personalausschuss wurden die Anstellungsverträge für die Vorstandsmitglieder einschließlich der Vergütung sowie sonstige Vorstandsangelegenheiten behandelt.

Interessenkonflikte 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 2012 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 4. April 2013 im Audit Committee des Aufsichtsrats unter besonderer Berücksichtigung der Ertragslage erörtert. In der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 8. April 2013 hat das Audit Committee allen Aufsichtsratsmitgliedern eingehend berichtet. Die Abschlussprüfer nahmen an der Sitzung 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 8. April 2013 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.



Helmut Zahn

Er hat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss gebilligt; damit ist der Jahresabschluss gemäß § 172 AktG festgestellt. Auch dem Vorschlag des Vorstands für die Verwendung des Bilanzgewinns stimmt der Aufsichtsrat zu.

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

Nassau/München, 8. April 2013

Der Aufsichtsrat

Helmut Zahn
 Vorsitzender

Corporate Governance Bericht

Der Begriff Corporate Governance steht bei Leifheit für eine verantwortungsbewusste und an nachhaltiger Wertschöpfung orientierte Unternehmensleitung. Für uns sind eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat, effiziente interne und externe Kontrollmechanismen und eine hohe Transparenz in der Unternehmenskommunikation von zentraler Bedeutung. Auf diese Weise wollen wir das Vertrauen der Anleger, Kunden, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in unser Unternehmen dauerhaft festigen.

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

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

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

Weite Teile der Kodexempfehlungen umgesetzt

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich im abgelaufenen Berichtsjahr intensiv mit den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 12. Mai 2012 auseinandergesetzt. Die Leifheit AG wendet aktuell die meisten der Empfehlungen der Regierungskommission an.

Auf Basis dieser Beratungen haben Vorstand und Aufsichtsrats im Dezember 2012 die Entsprechenserklärung nach § 161 Abs. 1 AktG erneut aktualisiert. Alle Entsprechenserklärungen sind auf der Internetseite des Unternehmens öffentlich zugänglich.

Aktionäre und Hauptversammlung

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

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

Zusammenwirken von Vorstand und Aufsichtsrat

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

Das deutsche Aktienrecht sieht eine klare personelle Trennung zwischen Führungs- und Kontrollorganen vor. Leitungsorgan ist der Vorstand, der vom Aufsichtsrat bei der Unternehmensführung überwacht und beraten wird. Eine offene Kommunikation und enge Kooperation zwischen den Organen ist von besonderer Bedeutung. Geschäfte und Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind, werden in enger Abstimmung des Vorstands mit dem Aufsichtsrat abgewickelt. Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats sind in der Satzung der Leifheit AG festgelegt.



www.leifheit.de/de/investor-relations/hauptversammlung

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

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

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

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Die Grundzüge des Vergütungssystems für den Vorstand sowie die Bestandteile der Aufsichtsratsvergütung werden ausführlich im Vergütungsbericht beschrieben. Er ist Teil des geprüften Lageberichts und im Jahresfinanzbericht (Seite 32) aufgeführt.

Interessenkonflikte

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

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

Ziele des Aufsichtsrats hinsichtlich seiner Zusammensetzung

Der Aufsichtsrat hat im Dezember 2012 die konkreten Ziele für die künftige Zusammensetzung des Aufsichtsrats aktualisiert und wie folgt festgelegt:

- Potenzielle Interessenkonflikte muss jedes Aufsichtsratsmitglied unverzüglich offenlegen.
- Dem Aufsichtsrat muss mindestens ein unabhängiges Mitglied mit Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung oder Abschlussprüfung (§ 100 Abs. 5 AktG) 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 Aktiengesellschaft sollte mindestens eine Frau angehören.

Mit Ausnahme des Anteils von Frauen im Aufsichtsrat sind alle Ziele umgesetzt.

Transparenz zugunsten von Aktionären und Öffentlichkeit

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

LB

Vergütungsbericht siehe Lagebericht ab Seite 32

AH

Organe siehe Anhang Seite 86

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

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

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

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. Der Leifheit AG zugegangene Meldungen für das Geschäftsjahr 2012 sind ebenfalls auf der Internetseite veröffentlicht.

Der Gesamtbesitz aller Vorstandsmitglieder an Aktien der Leifheit AG betrug am 31. Dezember 2012 insgesamt 23.072 Stück. Die Mitglieder des Aufsichtsrats hielten direkt und indirekt am 31. Dezember 2012 insgesamt 2.502.000 Stückaktien der Leifheit AG; hiervon entfallen 2.481.859 Stückaktien, die Herrn Dr. Robert Schuler-Voith zuzurechnen sind.

Rechnungslegung und Abschlussprüfung

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

Mit den Wirtschaftsprüfern der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, wurde vereinbart, dass der Vorsitzende des Aufsichtsrats über während der Prüfung auftretende mögliche Ausschluss- oder Befangenheitsgründe unverzüglich unterrichtet wird, soweit diese nicht umgehend beseitigt werden.

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

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB ist auf unserer Internetseite öffentlich zugänglich. Sie umfasst die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG, relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken und eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen.



www.leifheit.de/de/investor-relations



www.leifheit.de/de/unternehmen/unternehmensfuehrung

Die Leifheit-Aktie

Nach einem allgemein volatilen Börsenjahr können Anleger der Leifheit-Aktie auf eine erfolgreiche Kursentwicklung zurückblicken. Mit einer Steigerung von über 40 Prozent ließ der Wert seinen Vergleichsindex SDAX im Jahr 2012 deutlich hinter sich. Zudem werden Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung eine attraktive Dividende von 1,50 € für das abgelaufene Geschäftsjahr vorschlagen.

Stürmisches Börsenjahr

Das Börsenjahr 2012 wurde – wie bereits das Vorjahr – stark von den Auswirkungen der Euro- und Schuldenkrise beeinflusst. In den ersten drei Monaten erholten sich die Märkte zunächst von den Turbulenzen zum Jahresende 2011. Diese Erholung endete jedoch im April mit der erneuten Verschärfung der Lage in den Euroländern Spanien, Italien und Frankreich. Entsprechend erreichte der deutsche Leitindex DAX seinen Jahrestiefstwert von unter 6.000 Punkten Anfang Juni. Die Intervention der Notenbank und die Rettungsschirme für notleidende Euroländer führten im Anschluss zu einer Beruhigung der Märkte, die bis zum Jahresende anhielt. Der DAX wies im Jahresverlauf eine beachtliche Performance von 25,3 Prozent auf. Der SDAX – Vergleichsindex der Leifheit-Aktie – stieg um knapp 20 Prozent und erreichte zum Resultimo 5.294 Punkte.

Leifheit-Aktie schlägt positive Marktentwicklung

Die Leifheit-Aktie entwickelte sich in den ersten Monaten 2012 – analog der positiven Marktstimmung – erfreulich. Die Veröffentlichung der Geschäftsergebnisse für das Jahr 2011 wirkte sich darüber hinaus positiv auf den Kurs-

verlauf aus. Im Anschluss an die Dividendenausschüttung im Mai erfolgte eine entsprechende Kurskorrektur, die durch die erneute Verschlechterung der Lage im Euroraum weiter verstärkt wurde. In den Sommermonaten erholte sich die Leifheit-Aktie und folgte der allgemeinen Marktentwicklung.

Die Ankündigung zweier Großaktionäre (Home Beteiligungen GmbH und MKV Verwaltungs GmbH), Anteile in einer Größenordnung von insgesamt knapp 60 Prozent zu veräußern, gab dem Kurs zum Jahresende noch einmal deutlichen Auftrieb. Die Leifheit-Aktie schloss zum Resultimo bei 29,00 €. Dies entspricht einem Plus von fast 42 Prozent. Damit entwickelte sich unsere Aktie erneut deutlich besser als der SDAX. Auf Fünfjahressicht erreichte die Leifheit-Aktie eine Steigerung von knapp über 100 Prozent, während der SDAX nur um etwas mehr als einen Prozentpunkt zulegen konnte.

+ 42 %
Kursanstieg der
Leifheit-Aktie

Leifheit wies zum Jahresende 2012 eine Marktkapitalisierung von rund 145 Mio € (Vorjahr: 103 Mio €) auf. Dies entspricht einer Steigerung von über 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das Handelsvolumen der Leifheit-Aktie im Xetra-Handel lag bei durchschnittlich 3.142 Aktien pro Tag und damit etwas unterhalb des durchschnittlichen Vorjahresvolumens (2011: 3.703 Aktien).

Kennzahlen der Leifheit-Aktie in € je Stück

	2012	2011	2010	2009	2008
Anzahl Aktien (in Tausend Stück) ¹⁾	4.760	4.742	4.750	4.750	4.760
Höchstkurs ²⁾	30,56	26,90	19,49	14,82	15,46
Tiefstkurs ²⁾	20,45	16,52	14,00	5,20	6,17
Kurs zum Jahresende ²⁾	29,00	20,50	18,00	13,94	6,45
Periodenergebnis ^{1), 6)}	1,97	2,55	1,15	0,66	0,09
Dividende	1,50 ³⁾	1,30	1,00	0,60	0,60
Sonderdividende	–	–	2,00	2,40 ⁴⁾	–
Cashflow ¹⁾	1,72	2,71	2,52	9,23	0,35
Eigenmittel ⁵⁾	20,00	19,55	18,36	20,63	20,51

¹⁾ ohne zurückgekaufte eigene Aktien

²⁾ Xetra

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⁾ ab 2010 bezogen auf das fortzuführende Geschäft

Verlässliche Dividendenpolitik

Vorstand und Aufsichtsrat der Leifheit AG werden der Hauptversammlung am 6. Juni 2013 vorschlagen, eine Dividende in Höhe von 1,50 € je Aktie für das Geschäftsjahr 2012 auszuschütten. Sofern die Hauptversammlung die Zustimmung erteilt, wird die Dividende am 7. Juni 2013 ausgezahlt.

Bezogen auf den Börsenkurs der Leifheit AG zum 31. Dezember 2012 ergibt sich somit eine Dividendenrendite von rund 5,2 Prozent.

Mit der Dividendenausschüttung möchten Vorstand und Aufsichtsrat die Leifheit-Aktionäre in angemessenem Umfang an der positiven Unternehmensentwicklung teilhaben lassen.

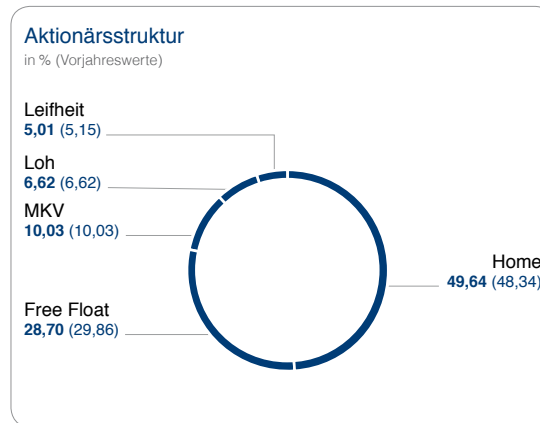
Kein Rückkauf eigener Aktien in 2012

Auf der Hauptversammlung am 9. Juni 2010 wurde der Vorstand ermächtigt, bis zum 8. Juni 2015 eigene Aktien bis zu einer Höhe von 10 Prozent des Grundkapitals von 15 Mio € zu erwerben. Im Jahr 2012 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Die Leifheit AG hielt zum Jahresende 2012 einen Bestand von 250.525 Aktien (entsprechend 5,01 Prozent des Grundkapitals). Hierfür wurden insgesamt 7.598 T€ aufgewendet. Dies entspricht einschließlich der Nebenkosten im Durchschnitt 30,33 € je Aktie.

Aktionärsstruktur: Großaktionäre planen Veräußerung

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



Home Beteiligungen GmbH, München	49,64 %
MKV Verwaltungs GmbH, München	10,03 %
Joachim Loh, Haiger	6,62 %
Leifheit AG, Nassau	5,01 %
Free Float (Streubesitz)	28,69 %

Der Großaktionär Home Beteiligungen GmbH hat uns im November 2012 mitgeteilt, dass er wie auch die MKV Verwaltungs GmbH beabsichtigen, sich von ihren Beteili-

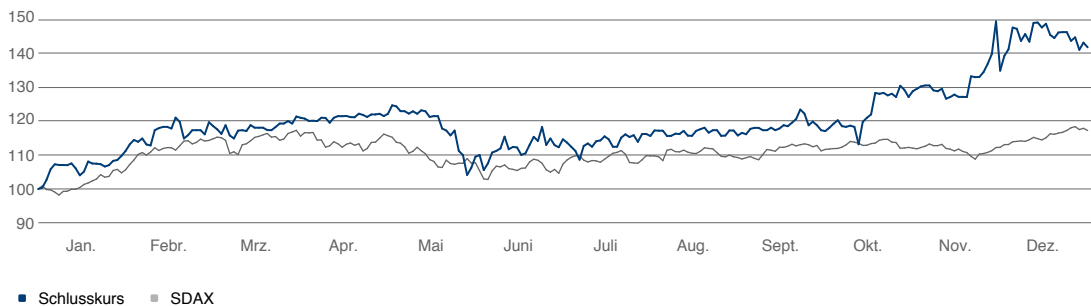


Eigene Anteile
Seite 80

1,50 €
Dividende je Aktie

Kursverlauf der Leifheit-Aktie

in % (bezogen auf den Kurs der Leifheit-Aktie) (indiziert auf 100)



gungen an der Leifheit AG zu trennen. Ein außerbörslicher Verkaufsprozess, den die Investmentbank BNP Paribas unterstützt, wurde eingeleitet. Der Hintergrund für diese Entscheidung liegt allein in der persönlichen Vermögensplanung der Verkäufer.

Stammdaten der Leifheit-Aktie

ISIN/WKN	DE0006464506 / 646450
Börsenkürzel	LEI (Stammaktie)
Handelssegment	Prime Standard
Branche	Consumer
Gattung	Nennwertlose Inhaber-Stückaktien
Börsenplätze	Alle deutschen Börsen
Designated Sponsor	Close Brothers Seydler Bank AG
Aufnahme der Börsennotierung	3. Oktober 1984

Investor Relations: im Dialog mit dem Kapitalmarkt

Die offene Kommunikation mit dem Kapitalmarkt zählen wir zu einer unserer wichtigsten Aufgaben. Es ist unser Anspruch, allen Interessenten umfassend, zeitnah und transparent alle relevanten Informationen zur Verfügung zu stellen. Im Berichtsjahr hat der Vorstand den Kontakt zu den unterschiedlichen Kapitalmarktakteuren weiter ausgebaut:

Im Februar haben wir unsere Präsenz auf der internationalen Konsumgütermesse Ambiente 2012 in Frankfurt am Main dazu genutzt, um im Rahmen einer Pressekonferenz der Fach- und Wirtschaftspresse sowie Analysten unsere Strategie sowie die neuesten Innovationen vorzustellen.

Im Mittelpunkt unserer Investor-Relations-Aktivitäten im März stand unsere jährliche Analystenkonferenz, die in Verbindung mit unserer Bilanzpressekonferenz in Frankfurt stattfand.

Im Mai 2012 nahmen viele unserer Aktionäre ihr Recht wahr, sich im Rahmen unserer Hauptversammlung von Vorstand und Aufsichtsrat umfassend über die Geschäftsentwicklung informieren zu lassen.

Im November präsentierte sich Leifheit auf dem Deutschen Eigenkapitalforum 2012 in Frankfurt am Main.

Auch außerhalb dieser Veranstaltungen stand der Vorstand mit Investoren und Analysten in regelmäßigem Dialog. Unsere Aktionäre nutzen zusätzlich die Möglichkeit, sich bei uns telefonisch oder per E-Mail über die aktuelle Geschäftsentwicklung zu informieren. Des Weiteren stellen wir alle wesentlichen Informationen rund um unsere Aktie, die Strategie und die Kennzahlen des Leifheit-Konzerns, unseren Finanzkalender sowie sämtliche Präsentationen zeitnah zum Download auf unserer Internetseite zur Verfügung. Außerdem bietet unsere Homepage eine Vielzahl von Möglichkeiten, die Leifheit AG mit ihren Marken und Produkten zu erleben.



www.leifheit.de/de/investor-relations

Weiterhin positive Empfehlungen von Analysten

Die Empfehlungen von Finanzanalysten sind sowohl für institutionelle Investoren als auch für Privatanleger eine wichtige Entscheidungsgrundlage. Die Urteile der Analysten bezüglich der Leifheit-Aktie waren durchweg positiv und lauteten auf „Kaufen“ mit einem Kursziel von 30,00 € bzw. auf „Halten“ mit Kurszielen zwischen 25,00 € und 33,00 €.

18.2.2013	Leifheit halten	Bankhaus Lampe Research	➔
7.9.2012	Leifheit kaufen	Prior Börse	↗
21.8.2012	Leifheit halten	GSC Research GmbH	➔
12.8.2012	Leifheit kaufen	Bankhaus Lampe Research	↗
29.5.2012	Leifheit kaufen	GSC Research GmbH	↗
23.5.2012	Leifheit kaufen	Bankhaus Lampe Research	↗
4.4.2012	Leifheit kaufen	Bankhaus Lampe Research	↗
23.2.2012	Leifheit kaufen	Bankhaus Lampe Research	↗

Investment-Highlights 2012

Stabiler Konzernumsatz

224,2 Mio€

Umsatzplus im Markengeschäft

+4,2 %

Umsatzsteigerung in Osteuropa

+27,6 %

Bereinigtes Konzern-EBIT wächst
um +13,4 % auf

13,0 Mio€

Dividendenvorschlag

1,50 €

Zum dritten Mal Top Arbeitgeber

2013

Konzernlagebericht 2012

28 Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur

- 28 Geschäftstätigkeit
- 28 Unternehmensbereiche
- 29 Märkte und Marktposition
- 29 Veränderungen der Konzernstrukturen
- 29 Organisation, Unternehmensstruktur und Führungsverantwortung
- 30 Konzernstrategie und Unternehmenssteuerung
- 31 Übernahmerechtliche Angaben
- 32 Erklärung zur Unternehmensführung
- 32 Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen
- 32 Vergütungsbericht

35 Wirtschaftliches Umfeld

- 35 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung
- 35 Branchenentwicklung

36 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

- 36 Geschäftsverlauf Konzern
- 36 Geschäftsverlauf Markengeschäft
- 37 Geschäftsverlauf Volumengeschäft
- 39 Ertragslage Konzern
- 40 Finanz- und Vermögenslage
- 41 Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

42 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

- 42 Beschaffung und Logistik
- 43 Entwicklung und Innovation
- 44 Patente und Schutzrechtsanmeldungen

45 Nachhaltigkeit

- 45 Mitarbeiter
- 46 Umweltschutz

47 Chancen und Risiken

- 47 Wesentliche Merkmale des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Rechnungslegungsprozess
- 47 Chancen
- 48 Risiken
- 50 Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

51 Nachtragsbericht

51 Prognosebericht

Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur

Der Leifheit-Konzern ist einer der führenden europäischen Markenanbieter von Haushaltsartikeln. Das Unternehmen steht für hochwertige innovative Produkte mit hohem Gebrauchsnutzen und wegweisendem Design in den Bereichen Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Geschäftstätigkeit

Unser operatives Geschäft gliedert sich in zwei Segmente: das Markengeschäft und das Volumengeschäft.

Im Markengeschäft vertreiben wir unsere Produkte unter den zwei bekannten Marken Leifheit und Soehnle. Der Lizenzvertrag über die Nutzung der Namensrechte an der Marke Dr. Oetker Backgeräte wurde zum 31. Dezember 2012 in gegenseitigem Einvernehmen beendet. Die Produkte unseres Markengeschäfts zeichnen sich durch hochwertige Verarbeitungsqualität in Verbindung mit besonderem Verbrauchernutzen aus und werden im mittleren bis gehobenen Preissegment angeboten.

Zum Volumengeschäft des Leifheit-Konzerns zählen die französischen Tochterunternehmen Birambeau und Herby sowie das Projektgeschäft. Wir bieten hier Produktsortimente in mittlerer Preislage sowie kundenspezifische

Produktentwicklungen und deren Fertigung sowie Lohnfertigungen im Auftrag Dritter an.

Über beide Unternehmensbereiche hinweg konzentrieren wir uns auf unsere Kernkompetenzen in den Kategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing.

Insbesondere für das Markengeschäft konzipieren und entwickeln wir Produkte in unseren eigenen Entwicklungsabteilungen. Wir fertigen sowohl in eigenen Produktionsstätten in Deutschland, Frankreich und der Tschechischen Republik als auch bei externen Zulieferern in verschiedenen Ländern Europas und Asiens. Vertrieben werden unsere Produkte vorwiegend in Deutschland und Europa – darüber hinaus in den USA, im Mittleren Osten und in Fernost. Der Vertrieb erfolgt vor allem über große Handelsketten und den Großhandel, aber auch über moderne Distributionskanäle wie beispielsweise den Distanzhandel.



Weitere Informationen
Markengeschäft
Seite 36 f.



Weitere Informationen
Volumengeschäft
Seite 37 f.

Unternehmensbereiche

Leifheit-Konzern

Markengeschäft

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

LEIFHEIT

SOEHNLE

Volumengeschäft

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

Birambeau

herby

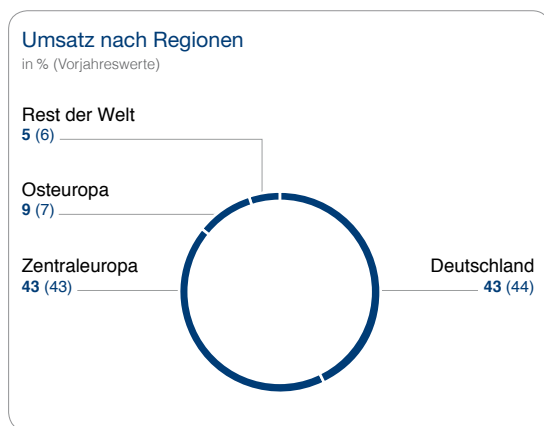
Projektgeschäft

Märkte und Marktpositionen

Der Leifheit-Konzern ist mit seinen 15 Standorten international aufgestellt. Wir vertreiben unsere Produkte weltweit in über 80 Ländern. Trotz eines schwierigen gesamtwirtschaftlichen Marktumfelds hat Leifheit, sowohl in den internationalen Märkten als auch innerhalb Deutschlands, seine Marktposition insgesamt behauptet. In einzelnen Ländern waren wir in der Lage, diese sogar auszubauen. Im vierten Quartal 2012 haben wir eine Tochtergesellschaft in Polen gegründet, um die Marktchancen dort noch besser zu nutzen.

Deutschland blieb auch 2012 einer der größten Absatzmärkte für unsere Produkte. Hier erzielten wir im Berichtsjahr 42,9 Prozent unserer Umsatzerlöse (2011: 43,5 Prozent).

Zentraleuropa (ohne Deutschland) war im Geschäftsjahr 2012 mit 43,3 Prozent Umsatzanteil (2011: 43,4 Prozent) die wichtigste Absatzregion für Leifheit, wobei die drei Länder Frankreich, Niederlande und Österreich für uns die größten Absatzmärkte sind. Trotz der Turbulenzen in den südeuropäischen Ländern zeigte sich die Region Zentraleuropa insgesamt stabil. Während wir in Ländern wie Spanien oder Italien Umsatzrückgänge verzeichneten, entwickelten sich beispielsweise die Niederlande, Österreich und die Schweiz erfreulich.



Die Region Osteuropa trug mit einem Anteil von 8,4 Prozent (2011: 6,6 Prozent) zum Konzernumsatz bei. Das Wachstum in Höhe von annähernd 30 Prozent wurde erneut von der starken Entwicklung insbesondere in Russland und der Ukraine getragen. Zusammen mit Polen sind diese Märkte für uns von hoher Bedeutung hinsichtlich künftigen Wachstums.

Die Märkte außerhalb Europas trugen mit 5,4 Prozent im Jahr 2012 nur einen geringen Anteil zum Konzernumsatz bei (2011: 6,5 Prozent). Wesentliche Regionen in Übersee sind für uns vor allem Fernost – dies schließt den chinesischen Markt mit ein –, die USA sowie der Mittlere Osten.

Auf der Ebene unserer Produktkategorien konnten wir 2012 insbesondere im Bereich Reinigen und Wäschepflege deutlich zulegen – hier gehören wir zu den führenden Anbietern in Europa. Beide Kategorien steigerten im Berichtsjahr vor allem in Osteuropa ihren Umsatzanteil.

In der Kategorie Wellbeing generierte unsere Marke Soehnle kräftiges Wachstum und festigte damit ihre Marktposition. Soehnle ist Marktführer für Personen- und Küchenwaagen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden. Auch in weiteren europäischen Ländern rangiert Soehnle unter den Top-Anbietern. Laut Angaben des Konsumforschungsinstituts GfK halten wir mit Soehnle im deutschen Markt für Küchenwaagen einen Marktanteil von 52 Prozent und für Personenwaagen von 42 Prozent.

Veränderungen der Konzernstrukturen

Im vierten Quartal 2012 hat die Leifheit AG eine 100-prozentige Tochtergesellschaft, die Leifheit Polska Sp. z o.o., mit Sitz in Warschau gegründet, die den Vertrieb unserer Produkte in Polen steuert. Die Leifheit Polska Sp. z o.o. wurde 2012 erstmals in den Konsolidierungskreis aufgenommen.

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.

Nassau (Verwaltung und Produktion) und Zuzenhausen (Logistik) sind die wesentlichen Standorte der Leifheit AG in Deutschland.

Daneben bestehen im Ausland rechtlich nicht selbstständige Niederlassungen – insbesondere Vertriebsniederlassungen – in Brescia, Italien (Gründung 1982) sowie in Aartselaar, Belgien (Gründung 1987) und in Wiener Neudorf, Österreich (Gründung 1995).

15
Standorte
weltweit

AH
Weitere Informationen
Konsolidierungskreis
Seite 60

+ 27,6 %
Wachstum in
Osteuropa

Die Leifheit AG besitzt 12 direkte oder indirekte Tochterunternehmen. Die wesentlichen – teilweise indirekten – Beteiligungen der Leifheit AG sind die Leifheit s.r.o. in der Tschechischen Republik (Produktion), die Biraubeau S.A.S. in Frankreich (Logistik und Vertrieb) sowie die Herby Industrie S.A.S. in Frankreich (Produktion, Logistik und Vertrieb).

Konzernstrategie und Unternehmenssteuerung

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 gewährleisten eine effiziente und professionelle Steuerung des Leifheit-Konzerns.

Unsere bis zum Jahr 2015 angelegte Unternehmensstrategie „Leifheit GO! – Growing (by) Opportunities“ verfolgt das Ziel, ein nachhaltiges und profitables Umsatzwachstum sicherzustellen. Sie umfasst drei wesentliche Handlungsfelder:

- zielgerichtete Marken- und Kommunikationsstrategie
- internationale Vertriebsstrategie
- Steigerung der Effizienz

Mit der Marken- und Kommunikationsstrategie konzentrieren wir uns seit Beendigung des Lizenzvertrages für die Marke Dr. Oetker Backgeräte zum Jahresende 2012 nun ausschließlich auf unsere eigenen Marken Leifheit und Soehnle, die wir durch eine zielgruppenorientierte Kommunikation weiter stärken werden. Darüber hinaus ist es unser Anspruch, durch innovative und verbraucherrelevante Produkte unser Markenprofil weiter zu schärfen. Vor diesem Hintergrund wurde in den vergangenen Jahren eine neue Dachmarkenstrategie mit optimiertem Marketingmix eingeführt. In deren Zentrum steht die konsequente Ausrichtung der Marke Leifheit auf zuverlässige, clevere und innovative Produkte. Um dies zu visualisieren, haben wir 2012 eine Kampagne unter dem Motto „Ich vertrau auf Leifheit“ gestartet. Im Mittelpunkt der Kampagne stehen Verbraucher, die sich hinter die Marke und deren hochwertige Produkte stellen.

Die zweite Säule bildet unsere international ausgerichtete Vertriebsstrategie. Sie zielt darauf ab, sowohl in den saturierten Märkten Zentraleuropas weiter zu wachsen,

als auch die Distribution in unseren Wachstumsregionen zu verstärken.

In den entwickelten Märkten wird auch in Zukunft der stationäre Handel eine wichtige Anlaufstelle für die Verbraucher sein. Darüber hinaus zeigt aber auch der Onlinehandel eine deutlich positive Entwicklung und bietet für uns weiteres Wachstumspotenzial in den kommenden Jahren. Daher wird Leifheit künftig beide Vertriebskanäle noch intensiver unterstützen: Unter dem Begriff POS-(Point-of-Sale) Excellence entwickeln wir intelligente Lösungen für den stationären Handel, mit denen wir der zunehmenden Marken- und Qualitätsorientierung der Konsumenten Rechnung tragen. Hierfür kombinieren wir unsere hochwertigen Produkte mit aufmerksamkeitsstarken POS-Tools, aussagekräftigen Verpackungen und einer intelligenten Suchlogik am Verkaufsregal. Gleichzeitig werden wir den Ausbau des Bereichs E-Commerce weiter vorantreiben. Zur bestmöglichen Unterstützung dieses Distributionskanals haben wir im Berichtsjahr entsprechende organisatorische Maßnahmen und Prozessoptimierungen angestoßen.

Daneben hat Leifheit klar umrissene regionale Fokusmärkte definiert. Diese werden priorisiert in Bezug auf Potenzial und Zugänglichkeit. Mittels einer verstärkt systematischen Herangehensweise im Vertrieb werden wir das Wachstum in unseren internationalen Kernmärkten weiter forcieren. Das Hauptwachstum soll dabei in denjenigen Märkten stattfinden, in denen sich die für uns größte Dynamik erzielen lässt. Entsprechend flexibel reagieren wir auf sich verändernde Marktbedingungen. Aus diesem Grund haben wir 2012 beschlossen, unser Engagement in den südeuropäischen Krisenländern zu reduzieren. Im Geschäftsjahr 2013 soll das operative Geschäft der spanischen Vertriebsgesellschaft Leifheit España S.A., Madrid, von der Leifheit AG und einem spanischen Handelsvertreter übernommen werden. Weiterhin sollen die Anteile an der rumänischen Vertriebsgesellschaft Leifheit Distribution S.R.L., Bukarest, an einen Importeur veräußert werden. Stattdessen werden Regionen in Osteuropa sowie ausgewählte Märkte Asiens stärker im Fokus unserer Aktivitäten stehen.

Dritter Pfeiler der Strategie ist der Bereich Effizienzsteigerung. Hierunter fassen wir Verbesserungen unserer Organisationsstrukturen sowie der Produktions- und Logistikprozesse zusammen. Diese Maßnahmen zielen zum einen auf eine Optimierung der Supply Chain, um den Effizienzgrad unseres weltweiten Vertriebs weiter zu steigern.



LB
Weitere Informationen
Beschaffung und Logistik
Seite 42 f.

- 28 Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur
- 35 Wirtschaftliches Umfeld
- 36 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Zum anderen stärken sie unsere Flexibilität, um den individuellen Anforderungen der Kunden noch wirksamer nachkommen zu können. Darüber hinaus sind wir stets bemüht, Komplexität zu reduzieren. Bereits Ende 2012 haben wir damit begonnen, die Marketing- und Entwicklungsprozesse zu straffen, damit wir noch schneller und effizienter agieren können. Die beschriebenen Maßnahmen werden wir auch 2013 konsequent weiterverfolgen.

Grundsätze des Steuerungssystems

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

Seine Unternehmenssteuerung richtet der Leifheit-Konzern an der nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswertes aus. Hierfür nutzen wir ein wertorientiertes Managementsystem. Kern dessen sind die wesentlichen Messgrößen Umsatzerlöse, Bruttomarge, Deckungsbeitrag sowie das Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT). Vorrangig konzentrieren wir uns auf die Lenkung der zwei Unternehmensbereiche Marken- und Volumengeschäft. Darüber hinaus erfolgt eine Steuerung der Produktkategorien und Marken. Mithilfe einer kontinuierlichen Überwachung steuern wir unser Working Capital und gewährleisten eine optimale Kapitalbindung.

Wir beobachten verschiedene Frühindikatoren, darunter den Konsumklimaindex, die Rohstoffpreisentwicklung und die Devisenkurse, um zeitnah auf Veränderungen des Umfelds reagieren zu können. Darüber hinaus analysiert Leifheit in regelmäßigen Abständen die Kundengruppen und Regionen, in denen das Unternehmen tätig ist.

Unsere Analysen berücksichtigen verschiedene Zeiträume: Monats- und Quartalsabschlüsse, Ausblicke sowie Budget- und Mittelfristplanung. Mithilfe von regelmäßigen Soll-Ist-Vergleichen überprüfen wir retrospektiv, ob die Unternehmensentwicklung mit den vorangegangenen Prognosen und den strategischen Zielen übereinstimmt.

Entscheidungen hinsichtlich unserer Produkte treffen wir anhand von Deckungsbeitragsrechnungen. Investitionsvorhaben werden im Rahmen von Discounted-Cashflow-Verfahren bei vorgegebenen Amortisationszeiträumen beurteilt.

Übernahmerechtliche Angaben

Im Folgenden sind die nach § 315 Abs. 4 HGB geforderten übernahmerechtlichen Angaben zum 31. Dezember 2012 dargestellt:

Das Gezeichnete Kapital (Grundkapital) der Leifheit AG beträgt zum 31. Dezember 2012 unverändert 15.000 T € und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Jede Aktie gewährt gleiche Rechte und in der Hauptversammlung eine Stimme.

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

Es bestehen direkte und indirekte Beteiligungen am Kapital der Leifheit AG, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten: Die Home Beteiligungen GmbH in München hat die Leifheit AG informiert, dass sie 49,64 Prozent der Stimmrechtsanteile der Leifheit AG zum 31. Dezember 2012 hält. Weiterhin hat die MKV Verwaltungs GmbH in Grünwald im Februar 2009 gemeldet, dass sie 10,03 Prozent der Stimmrechtsanteile an der Leifheit AG hält.

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

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

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

Nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2011 ist der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, bis zum 25. Mai 2016 das Grundkapital gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmal oder mehrmals um bis zu insgesamt 7.500 T € durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautender Stückaktien zu erhöhen. Der Vorstand ist weiterhin nach den Beschlüssen der ordentlichen Hauptversammlung 2010 ermächtigt, eigene Aktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des Grundkapitals bis zum 8. Juni 2015 zu erwerben. Die Bestimmungen beider Beschlüsse sind der jeweiligen Tagesordnung der Hauptversammlung auf unserer Internetseite zu entnehmen.

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

Ein Vorstandsvertrag enthält die Vereinbarung, dass bei einer von der Gesellschaft veranlassten Beendigung des Dienstvertrages infolge eines Kontrollwechsels die fixe und variable Vergütung bis zum Ende der ursprünglichen Vertragslaufzeit zu zahlen ist.

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

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB, welche die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Erläuterung unserer relevanten Unternehmenspraktiken, die Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise von deren Ausschüssen beinhaltet, ist auf unserer Internetseite unter www.leifheit.de/de/unternehmen/unternehmensfuehrung zugänglich.

Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

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

Vergütungsbericht

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

Vergütung des Vorstands

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

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



www.leifheit.de/de/unternehmen/unternehmensfuehrung

28	Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur
35	Wirtschaftliches Umfeld
36	Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

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 Gesellschaft hat einem ihrer Vorstandsmitglieder eine ab dem Geschäftsjahr 2011 geltende Vergütungskomponente für die kurzfristige und langfristige variable Vergütung gewährt, die sich aus einem EBT- bzw. EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator ergibt.

Der Auszahlungsbetrag der kurzfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der EBT-Multiplikator ist vom Ergebnis des Leifheit-Konzerns vor Ertragsteuern abhängig. Der Börsenwertmultiplikator bemisst sich nach dem Zielerreichungsgrad hinsichtlich des in dem Kalenderjahr gegenüber dem jeweiligen Kalendervorjahr erreichten Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit AG. Der Auszahlungsbetrag ist nach oben begrenzt. Die Auszahlung erfolgt jeweils binnen vier Wochen nach Fassung der Gewinnverwendungsbeschlüsse durch die Hauptversammlung für die Geschäftsjahre 2011 bis 2014.

Der Auszahlungsbetrag der langfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der Börsenwertmultiplikator beläuft sich auf 2,5 Prozent des Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit AG auf der Grundlage der Durchschnittskurse an den letzten 90 Börsentagen des Kalenderjahres 2010 und an den letzten 90 Börsentagen des Kalenderjahres 2014. Der EBIT-Multiplikator ist von dem durchschnittlichen Zielerreichungsgrad hinsichtlich des in den Kalenderjahren 2011 bis 2014 im Konzernabschluss jeweils ausgewiesenen Konzern-EBIT abhängig. Sowohl der EBIT-Multiplikator als auch der Auszahlungsbetrag sind nach oben begrenzt. Der Wert des Bonusprogramms wird jährlich anhand von Bewertungsanalysen eines externen Gutachters unter Einbeziehung der Monte-Carlo-Simulation ermittelt und pro rata temporis über den jeweiligen Erdienungszeitraum zurückgestellt. Zum 31. Dezember 2012 beträgt der Zeitwert 1.880 T €; die bilanzierte Rückstellung beläuft sich auf 975 T €. Die Auszahlung erfolgt binnen vier Wochen nach Fassung des Gewinnverwendungsbeschlusses durch die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2014. Der Aufsichtsrat kann im Januar 2014 und im Januar 2015 eine angemessene Abschlagszahlung festlegen.

Die Gesellschaft hat einem weiteren Vorstandsmitglied eine ähnlich strukturierte Vergütung für die kurzfristige und langfristige Vergütungskomponente für die Jahre 2013 bis 2015 gewährt. Für das Geschäftsjahr 2012 bemisst sich die jährliche variable Vergütung dieses Vorstandsmitglieds am EBT des Leifheit-Konzerns und wird nach Fassung des Gewinnverwendungsbeschlusses durch die Hauptversammlung ausgezahlt. Die langfristige variable Vergütung bemisst sich am EBT der Jahre 2011 und 2012 des Leifheit-Konzerns und wird jeweils nach Veröffentlichung des festgestellten Jahresabschlusses ausgezahlt. Der Auszahlungsbetrag sowohl der jährlichen als auch der langfristigen variablen Vergütung ist nach oben begrenzt.

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

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

Nebenleistungen, die über Firmenwagennutzung 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. Ein Vorstandsvertrag enthält eine Change-of-Control-Klausel, wonach bei einer von der Gesellschaft veranlassten Beendigung des Dienstvertrages infolge eines Kontrollwechsels die fixe und variable Vergütung bis zum Ende der ursprünglichen Vertragslaufzeit zu zahlen ist.

Die Hauptversammlung der Leifheit AG hat am 26. Mai 2011 beschlossen, auf die Offenlegung der individualisierten Vorstandsvergütungen für die nächsten fünf Jahre – beginnend mit dem Geschäftsjahr 2011 – zu verzichten.

Für das Berichtsjahr betrug die Vergütung der aktiven Vorstandsmitglieder insgesamt 1.938 T €. Davon entfielen 1.368 T € auf variable Bezüge.

Vergütung des Aufsichtsrats

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

Die Aufsichtsratsmitglieder 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 €, die im Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres ausgezahlt wird.

Daneben erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats 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. Die Auszahlung der variablen Vergütung erfolgt nach der Hauptversammlung, die über die Verwendung des Bilanzgewinns beschließt.

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.

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

Die Bezüge des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2012 beliefen sich auf 285 T € und unterteilen sich wie folgt:

T €	Feste Vergütung	Variable Vergütung	Ausschuss	Summe
Helmut Zahn	45,0	45,0	11,3	101,3
Dr. Robert Schuler-Voith	22,5	22,5	11,3	56,3
Dieter Metz	15,0	15,0	–	30,0
Karsten Schmidt	15,0	15,0	3,8	33,8
Thomas Standke	15,0	15,0	–	30,0
Dr. Friedrich M. Thomée	15,0	15,0	3,8	33,8

Wirtschaftliches Umfeld

In fast allen wichtigen Wirtschaftsregionen weltweit war 2012 ein rückläufiges Wirtschaftswachstum zu beobachten. Neben den Ländern der Europäischen Union betraf dies auch die BRIC-Staaten. Beeinflusst hiervon gingen die Rohstoffpreise sowie das Konsumklima – insbesondere in den europäischen Ländern – zurück.

Weltkonjunktur im Griff der Euro- und Schuldenkrise

Die Weltwirtschaft zeigte sich 2012 deutlich schwächer als noch im Vorjahr. Das Wachstum des Welt-Bruttoinlandsprodukts ging laut Internationalem Währungsfonds auf 3,2 Prozent (2011: 3,9 Prozent) zurück. Betroffen waren vor allem die Industrieländer. Deren Wachstum sank um 0,3 Prozentpunkte und erreichte nur noch 1,3 Prozent. Die Wachstumsrate der Entwicklungsländer ging zurück und erreichte im Jahr 2012 nur noch 5,1 Prozent nach 6,3 Prozent in 2011.

Euroraum driftet in die Rezession

Die Euro- und Schuldenkrise war auch 2012 einer der wesentlichen Einflussfaktoren für die Entwicklung der Konjunktur innerhalb der Eurozone. Die Verschärfung der Lage Ende des ersten Quartals, gerade in den südeuropäischen Ländern Griechenland, Spanien und Italien, wirkte sich entsprechend negativ aus und führte zu einer Rezession im Euroraum. Das Wirtschaftswachstum ging auf Gesamtjahressicht von 1,4 Prozent im Jahr 2011 auf ein Negativwachstum von -0,4 Prozent zurück.

Die wirtschaftliche Abkühlung in China setzte sich auch im Berichtsjahr fort. Das Bruttoinlandsprodukt ging zurück und erreichte nur noch 7,8 Prozent (2011: 9,3 Prozent). Trotzdem zeigten sich die Entwicklungsländer in Summe, dank der zum Teil hohen Wachstumsraten, einmal mehr als stabilisierend für die Weltkonjunktur.

In den USA stieg die Wirtschaftsleistung 2012 um 0,5 Prozentpunkte auf 2,3 Prozent. Grund hierfür war die verbesserte Situation auf dem Arbeitsmarkt. Allerdings verursachten die Konsolidierungszwänge der Regierung – gerade zum Ende des Jahres – Verunsicherung bei den Konsumenten.

In Verbindung mit den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen in Europa konnte sich auch Deutschland dem negativen Trend nicht entziehen. Das Wirtschaftswachstum der Bundesrepublik sank deutlich von 3,1 Prozent im Jahr 2011 auf 0,9 Prozent im Berichtsjahr.

Rohstoffpreise mit deutlichen Schwankungen

Die durchschnittlichen Rohstoffpreise waren nach Angaben des Hamburgischen WeltWirtschaftsinstituts (HWWI) 2012 sehr volatil. So sank der HWWI-Index der Weltmarktpreise für Rohstoffe bis Mitte des Jahres deutlich, um innerhalb der zweiten Jahreshälfte wieder merklich anzuziehen.

Konsumklima zeigt leichten Abwärtstrend

Ein stabiles Konsumklima gilt als wichtige Stütze der deutschen Wirtschaft und Indikator für die Entwicklung der Haushaltsindustrie. Die Konsumneigung hielt sich zwar laut dem Konsumforschungsinstitut GfK auch 2012 insgesamt auf einem guten Niveau, jedoch hinterließ auch hier die Euro- und Schuldenkrise ihre Spuren und die Verbraucher in Deutschland zeigten sich im Berichtsjahr zunehmend verunsichert. Der deutsche Einzelhandel zeigte laut Branchenverband im Jahr 2012 mit einem realen Zuwachs von 1,9 Prozent ein wesentlich geringeres Wachstum als in den letzten zwei Jahren, in denen die Wachstumsrate deutlich über zwei Prozent gelegen hatte. Insbesondere das Weihnachtsgeschäft verlief mit einem Umsatzrückgang um 2,0 Prozent im Vergleich zum Monat November wenig erfreulich. In der für Leifheit relevanten Non-Food-Sparte lagen die Umsätze ebenfalls unter dem Niveau des Vorjahres.

In den südeuropäischen Ländern – vor allem in Spanien und Italien – kühlte die Konsumententwicklung mit einem Rückgang von 1,7 und 1,4 Prozent spürbar ab. Positiv entwickelte sich dagegen das Konsumklima in Russland mit einer Steigerung von 4,1 Prozent. Auch in China wurde mit einem Plus von 8,6 Prozent deutlich mehr konsumiert als noch im Vorjahr.

+ 3,2 %
globales Wirtschafts-
wachstum

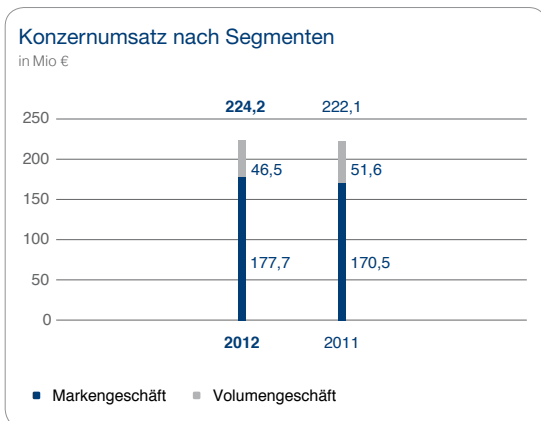
- 0,4 %
Rückgang der
Wirtschaftsleistung
im Euroraum

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

Vor dem Hintergrund der eingetrübten Weltwirtschaft konnte der Leifheit-Konzern im Geschäftsjahr 2012 einen Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres erzielen. Das Konzernergebnis hat sich mit einer EBIT-Steigerung von 13,4 Prozent erneut positiv entwickelt. Leifheit ist mit einer Eigenkapitalquote von 50,6 Prozent solide finanziert.

Stabiles Geschäftsjahr vor dem Hintergrund anhaltender Turbulenzen

Im Geschäftsjahr 2012 konnte Leifheit, trotz der angespannten gesamtwirtschaftlichen Lage, einen stabilen Umsatz erzielen. Die Umsatzerlöse auf Konzernebene stiegen um knapp ein Prozent auf 224,2 Mio € (2011: 222,1 Mio €). Der Konzernumsatz 2012 profitierte von einem einmaligen Konsolidierungseffekt aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s. Bereinigt um diesen Effekt lag der Umsatz um 0,3 Prozent unter dem Vorjahreswert.



Unsere Hauptabsatzregion Europa entwickelte sich im Jahr 2012 sehr unterschiedlich. Deutschland als Heimatmarkt von Leifheit verzeichnete einen leichten Umsatzrückgang von 0,5 Prozent auf 96,1 Mio € (2011: 96,6 Mio €).

Innerhalb der zentraleuropäischen Fokusbänder, wie zum Beispiel der Niederlande, Österreich oder der Schweiz, konnten wir zum Teil deutlich positive Wachstumsraten erzielen. Im Gegensatz dazu entwickelten sich annähernd alle südeuropäischen Länder im Zuge der anhaltenden Euro- und Schuldenkrise rückläufig. Insgesamt erreichte die Region Zentraleuropa Umsatzerlöse von 97,1 Mio € (2011: 96,3 Mio €); ein Plus von einem Prozent.

Umsatzsteigerungen von 27,6 Prozent konnten dagegen in der Region Osteuropa erzielt werden. Hier trugen vor allem Russland und die Ukraine zu dem Wachstum auf 18,8 Mio € (2011: 14,7 Mio €) bei, was uns in die Lage versetzte, Rückgänge in Polen und Ungarn zu kompensieren.

Insgesamt verzeichnete die Gesamtregion Europa ohne Deutschland ein Plus von 4,4 Prozent auf 116,0 Mio € (2011: 111,0 Mio €).

Außerhalb Europas mussten wir zum Teil deutliche Umsatzrückgänge hinnehmen. Hierfür waren insbesondere die Entwicklungen im Mittleren Osten und den USA verantwortlich. In Summe gingen die Umsätze in den Märkten außerhalb Europas um 16,2 Prozent auf 12,1 Mio € (2011: 14,5 Mio €) zurück.

Segment Markengeschäft wächst planmäßig

Mit einem Umsatzplus von 4,2 Prozent auf 177,7 Mio € (2011: 170,5 Mio €) hat das Markengeschäft das Geschäftsjahr 2012 mit einem Wachstum abgeschlossen. Bereinigt um den zuvor beschriebenen Konsolidierungseffekt liegt die Steigerung im Markengeschäft bei 2,5 Prozent. Der Umsatzanteil des größten Unternehmensbereichs, in dem die Marken Leifheit und Soehnle zusammengefasst sind, stieg auf 79,3 Prozent (2011: 76,8 Prozent) des Konzernumsatzes.

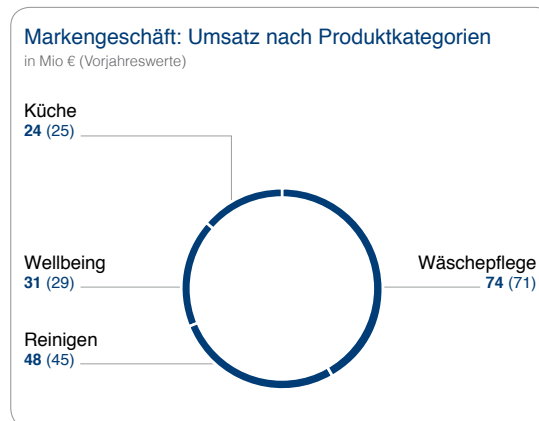
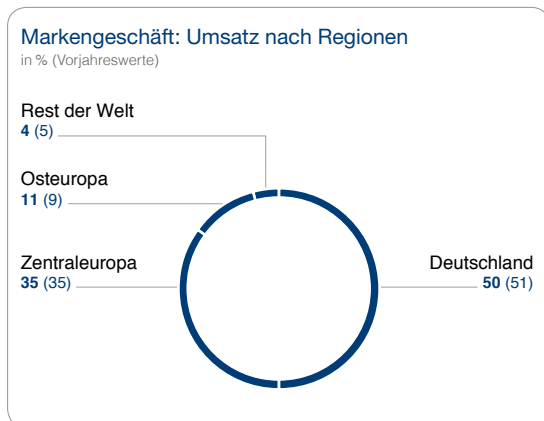
Zum 31. Dezember 2012 wurde die Lizenzvereinbarung zur Nutzung der Namensrechte der Marke Dr. Oetker Backgeräte beendet. Die im Markengeschäft erzielten Umsätze beliefen sich 2012 auf 6,8 Mio €. Dies entspricht 3,0 Prozent am Konzernumsatz.

In Deutschland stiegen die Umsatzerlöse im Markengeschäft leicht auf 88,4 Mio € (2011: 87,9 Mio €). Etwa die Hälfte des Gesamtumsatzes wurde außerhalb Deutschlands generiert. Auf den internationalen Märkten erwirtschafteten wir ein deutliches Wachstum von 8,1 Prozent und erreichten damit Umsätze von 89,3 Mio € (2011: 82,6 Mio €). Damit erhöhte sich der Auslandsanteil im Markengeschäft um 1,9 Prozentpunkte auf 50,3 Prozent. Besonders erfreulich entwickelte sich die Region Osteuropa mit einem Wachstumsplus von 27,6 Prozent auf 18,8 Mio € (2011: 14,7 Mio €). Die Länder in Zentraleuropa konnten ebenfalls in Summe zulegen und erreichten 62,7 Mio € (2011: 60,2 Mio €), eine Steigerung von 4,2 Prozent.

224,2 Mio €
Konzernumsatz

+ 4,2 %
Umsatzwachstum
im Markengeschäft

- 35 Wirtschaftliches Umfeld
 36 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
 42 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren



Innerhalb des Segments Markengeschäft trugen vor allem die Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege und Wellbeing zu dem Wachstum der Umsatzerlöse bei.

Reinigen

Dank unserer innovativen Reinigungssysteme erzielten wir 2012 eine kräftige Umsatzsteigerung von 6,0 Prozent auf 48,1 Mio € (2011: 45,4 Mio €). Besonders erfreulich war die Entwicklung im Ausland. Insbesondere Russland und Frankreich haben sich erneut als starke Absatzmärkte erwiesen. In Deutschland ging der Umsatz leicht zurück, vor allem aufgrund schwacher Nachfrage in den Vertriebswegen Baumarkt, dem traditionellen Versandhandel und Cash-&-Carry-Märkten. Ausgleichend wirkte die positive Entwicklung im Internethandel und bei Discountern.

Wäschepflege

Unsere mit einem Umsatz von 74,1 Mio € (2011: 70,8 Mio €) größte Kategorie Wäschepflege entwickelte sich im Berichtsjahr weiter positiv. Das Wachstum von 3,5 Prozent wurde größtenteils im Produktsortiment Bügeln erwirtschaftet. Sowohl das Inlands- als auch das Auslandsgeschäft zeigten eine deutlich positive Entwicklung. Zuwächse erzielten wir in fast allen Absatzmärkten und Distributionskanälen, unter anderem durch eine länderübergreifende Aktion mit einem Discounter. Unser Produktsortiment Trocknen wurde vor allem in unserem Heimatmarkt durch die ungünstige Wetterlage im Frühling beeinflusst, die sich negativ auf unser Geschäft mit Wäscheschirmen auswirkte. Hiervon war insbesondere der stationäre Handel betroffen. Ein Umsatzplus im Internetgeschäft und die positive Entwicklung in einigen Auslandsmärkten konnte dies jedoch teilweise kompensieren.

Küche

Im Bereich Küche gingen die Umsatzerlöse 2012 merklich zurück. Die Umsätze mit Küchenprodukten sanken um 3,5 Prozent auf 24,3 Mio € (2011: 25,2 Mio €). Die Produkte der Marke Dr. Oetker Backgeräte leisteten einen Beitrag zur den Umsatzerlösen in Höhe von 6,8 Mio €. Wir sind zuversichtlich, dass die im Zuge unserer Markenstrategie begonnene Neupositionierung und die durchgeführte Sortimentsüberarbeitung für die Küchenprodukte von Leifheit ab 2013 Erfolge zeigen werden.

Wellbeing

Unsere Kategorie Wellbeing, die Küchen- und Personenwaagen sowie Relaxprodukte der Marke Soehnle umfasst, entwickelte sich im Berichtsjahr erneut deutlich positiv. Der Umsatz stieg kräftig um 7,3 Prozent auf 31,2 Mio € (2011: 29,1 Mio €). Designorientierte Personenwaagen und Produkte der neuen Sortimentsreihe Relax, mit denen wir immer stärker den wachsenden Wellnessmarkt adressieren, erwiesen sich als Hauptumsatztreiber. Unsere Personenwaagen stießen gerade in den Niederlanden, dem Mittleren Osten und Frankreich auf hohe Nachfrage. Der Umsatz mit Küchenwaagen blieb jedoch leicht hinter dem Vorjahreswert zurück. Insgesamt profitierte der Absatz 2012 vor allem vom gestiegenen Internethandel.

Volatiles Volumengeschäft

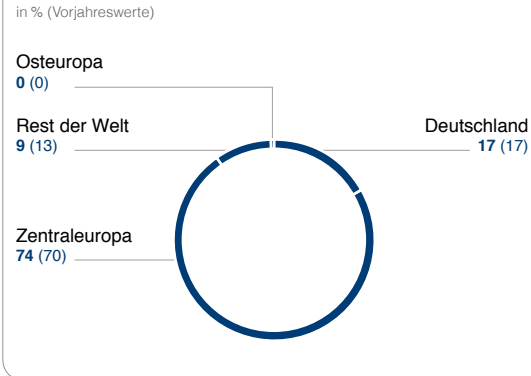
Unser zweites Segment, das Volumengeschäft, ist aufgrund der Abhängigkeit von wenigen Kunden und einzelnen Aufträgen von hoher Volatilität geprägt. Nach einem kräftigen Wachstum im Jahr 2011 nahm der Umsatz im Berichtsjahr um 9,9 Prozent auf 46,5 Mio € (2011: 51,6 Mio €) ab und erreichte damit das Niveau von 2010. Der Anteil des Volumengeschäfts am Konzernumsatz verringerte sich entsprechend auf 20,7 Prozent (2011: 23,2 Prozent).

- 9,9 %
 Umsatzrückgang
 im Volumengeschäft

Gründe für den Rückgang waren unter anderem das stagnierende Projektgeschäft in den USA, fehlende Aktionsumsätze unserer Tochtergesellschaft Birambeau in der Kategorie Küche sowie geringere Absätze unserer Tochtergesellschaft Herby.

Im Volumengeschäft mussten wir Umsatzrückgänge in allen relevanten Absatzregionen hinnehmen. In Deutschland gingen die Umsätze um 11,3 Prozent zurück und erreichten 7,7 Mio € (2011: 8,7 Mio €). Die Region Zentraleuropa – in der wir hauptsächlich Produkte in Frankreich absetzen – verbuchte ein Minus von 4,5 Prozent auf 34,5 Mio € (2011: 36,1 Mio €). In Übersee gingen die Umsatzerlöse auf geringerem Niveau um mehr als ein Drittel zurück und erreichten 4,3 Mio € (2011: 6,8 Mio €). Der erhebliche Anteil des Auslandsgeschäfts blieb mit 83,4 Prozent (2011: 83,1 Prozent) nahezu konstant. Die höchsten Umsätze generierten wir in den beiden Produktkategorien Wäschepflege und Küche. Diese stehen für 93,4 Prozent der Umsatzerlöse im Volumengeschäft.

Volumengeschäft: Umsatz nach Regionen



Reinigen

Mit einem Umsatzvolumen von 0,1 Mio € (2011: 0,2 Mio €) erwirtschaftete die Kategorie Reinigen weiterhin nur Erlöse auf einem sehr niedrigen Niveau.

Wäschepflege

Die Umsatzerlöse mit Produkten in dieser Kategorie gingen im Jahr 2012 um 6,7 Prozent auf 14,9 Mio € (2011: 16,1 Mio €) zurück. Der Umsatzanteil im Segment lag weiterhin bei ungefähr einem Drittel. Allerdings konnte der Bereich Trocknen leicht zulegen. Mit 10,0 Mio € (2011: 10,9 Mio €) generierte unsere französische Tochtergesellschaft Herby den höchsten Umsatz in der Kategorie Wäschepflege.

Küche

In der Kategorie der Küchenprodukte erwirtschafteten wir mit 61,3 Prozent den größten Umsatzanteil im Segment Volumengeschäft. Allerdings entwickelten sich die Umsatzerlöse rückläufig und erreichten mit einem Minus von 11,1 Prozent nur noch 28,5 Mio € (2011: 32,0 Mio €).

Innerhalb der Kategorie Küche vertreiben wir Produkte unserer Tochtergesellschaft Birambeau. Diese verzeichnete 2012 einen Rückgang der Umsätze auf 24,5 Mio € (2011: 25,2 Mio €). Niedrige Auftragseingänge bei Saisonartikeln aufgrund der schlechten Wetterlage im Frühling waren der Hauptgrund für den Rückgang.

Unser Vertrieb mit nicht markengeführten Küchenprodukten in den USA trug mit 4,0 Mio € (2011: 6,8 Mio €) deutlich weniger als im Jahr 2011 zum Umsatz bei. Der Rückgang lag vor allem an dem schwächeren Projektgeschäft mit einem US-amerikanischen Kunden, dessen hohe Lagerbestände zum Ende des Jahres 2011 nur geringe Neubestellungen nach sich zogen. Zudem belasteten die angespannte konjunkturelle Lage und der damit einhergehende Konsumrückgang in den Vereinigten Staaten zusätzlich die Umsatzentwicklung.

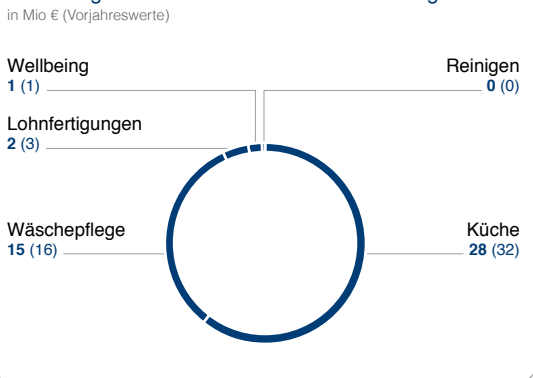
Wellbeing

Auf niedrigem absoluten Niveau verzeichnete die Kategorie Wellbeing mit nicht unter Markennamen geführten Waagen eine kräftige Umsatzsteigerung auf 0,7 Mio € (2011: 0,5 Mio €). Grund hierfür war die Einführung einer neuen Produktlinie bei einem US-amerikanischen Kunden.

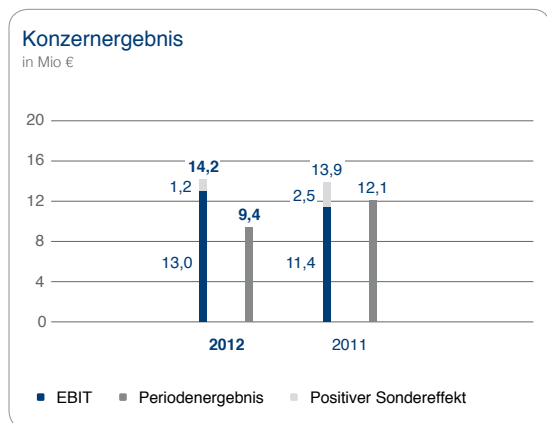
Lohnfertigungen

Im Jahr 2012 haben Lohnfertigungen 2,3 Mio € (2011: 2,8 Mio €) zum Umsatz beigetragen. Es handelt sich hierbei um Produkte, die im Auftrag Dritter in unserem tschechischen Werk hergestellt werden.

Volumengeschäft: Umsatz nach Produktkategorien



Ertragslage Konzern



Erneut überproportionale Ergebnissteigerung

Im Jahr 2012 haben wir ein Konzernergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) in Höhe von 14,2 Mio € (2011: 13,9 Mio €) erreicht. Darin enthalten ist im Berichtsjahr ein positiver Einmaleffekt aus der Aufgabe des Lizenzvertrages zur Nutzung der Marke Dr. Oetker Backgeräte in Höhe von 1,2 Mio €. Im Jahr 2011 war im Konzernergebnis ein einmaliger positiver Effekt in Höhe von 2,5 Mio € aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an unserer tschechischen Tochtergesellschaft enthalten. Bereinigt um diese Sondereffekte betrug das EBIT im Berichtsjahr 13,0 Mio € (2011: 11,4 Mio €). Dies entspricht einer Steigerung von 13,4 Prozent. Hauptverantwortlich für diese erfreuliche Entwicklung war die optimierte Bruttomarge. Damit konnten wir unsere Prognose einer überproportionalen Ergebnissteigerung im zweistelligen Bereich für das Jahr 2012 erfüllen.

Die Aufschlüsselung nach Unternehmensbereichen ergibt für das Markengeschäft einen Anstieg des um die oben beschriebenen positiven Sondereffekte bereinigten EBIT um 40,8 Prozent auf 9,0 Mio € (2011: 6,4 Mio €). In diesem Unternehmensbereich werden die Effekte aus unserer Strategie „Leifheit GO!“ besonders deutlich. Im Volumengeschäft mussten wir dagegen einen EBIT-Rückgang auf 4,0 Mio € (2011: 5,0 Mio €) aufgrund von deutlich gestiegenen Einkaufspreisen und niedrigeren Umsatzerlösen hinnehmen.

Das Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT) erreichte wie im Vorjahr 12,2 Mio €.

Die Steuerquote stieg von 1,4 Prozent auf 23,1 Prozent infolge geringerer zusätzlicher Aktivierung latenter Steuern auf Verlustvorträge. Das Periodenergebnis ging daher im Geschäftsjahr 2012 auf 9,4 Mio € zurück (2011: 12,1 Mio €).

Bruttomarge weiter gesteigert

Die Bruttomarge stieg im Jahr 2012 um 1,2 Prozentpunkte und erreichte 44,2 Prozent (2011: 43,0 Prozent).

44,2 %
Bruttomarge

Preiseffekte, Innovationen, Sortimentsüberarbeitungen sowie der bewusste Verzicht auf margenschwache Geschäfte führten zu der Steigerung. Der Verbesserung wirkten währungsbedingt höhere Einkaufspreise für Waren in US-Dollar sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Aufgabe des Lizenzvertrages Dr. Oetker Backgeräte entgegen.

Kosten über Vorjahr

Die Forschungs- und Entwicklungskosten erreichten im Berichtszeitraum 3,6 Mio € (2011: 4,1 Mio €) und lagen damit wieder auf dem Niveau von 2010.

Die Vertriebskosten betragen 71,1 Mio € (2011: 67,4 Mio €) – eine Erhöhung von 5,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hierfür zeigten sich Steigerungen bei Gebühren und gekauften Diensten sowie Ausgangsfrachten verantwortlich. Unsere Werbekosten stiegen planmäßig aufgrund der verstärkten Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen unserer Dachmarkenstrategie. Dem standen niedrigere Provisionen, Lizenzgebühren sowie Kundenvergütungen gegenüber.

Die Verwaltungskosten stiegen um 4,2 Prozent auf 13,8 Mio € (2011: 13,3 Mio €). Hauptverantwortlich hierfür waren höhere Personalkosten sowie Kosten im Zusammenhang mit der Aufgabe des Lizenzvertrages Dr. Oetker Backgeräte.

Die Sonstigen betrieblichen Erträge lagen mit 4,2 Mio € annähernd auf Vorjahresniveau (2011: 4,4 Mio €) und wurden sowohl im Berichtsjahr 2012 als auch im Vorjahr erheblich durch einmalige Sondereffekte beeinflusst. Während im Jahr 2012 die Erträge aus dem Verkauf von Vermögensgegenständen im Zusammenhang mit der Aufgabe des Lizenzvertrages für die Nutzung der Marke Dr. Oetker Backgeräte enthalten sind, wirkte sich im Vorjahr der einmalige positive Sondereffekt aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an unserer tschechischen Tochtergesellschaft aus.

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen halbierten sich auf 0,4 Mio € (2011: 0,8 Mio €).

Das Fremdwährungsergebnis enthält Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften, Fremdwährungsbewertungen sowie realisierte Kurseffekte und betrug im Berichtsjahr -0,3 Mio € (2011: -0,4 Mio €).

AH

Weitere Informationen
Vertriebskosten
Seite 70

+ 13,4 %
bereinigtes
EBIT-Wachstum

Gesamtergebnisrechnung (Kurzfassung)

Mio €	2012	2011
Umsatzerlöse	224,2	222,1
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	14,2	13,9
Zins- und Finanzergebnis	-2,0	-1,7
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	12,2	12,2
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-2,8	-0,1
Periodenergebnis	9,4	12,1

Zinsergebnis ging zurück

2012 betrug das Zinsergebnis -2,0 Mio € (2011: -1,5 Mio €). Die Zinserträge fielen aufgrund des niedrigeren Zinsniveaus. Die Zinsaufwendungen, die ausschließlich aus Aufzinsungen von Rückstellungen und Verbindlichkeiten resultieren, stiegen insbesondere aufgrund der gesunkenen Abzinsungssätze.

Erhöhte Steuerquote

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag betragen 2,8 Mio € (2011: 0,2 Mio €) und enthalten den tatsächlichen Steueraufwand von 2,3 Mio € (2011: 2,4 Mio €). Der im Vorjahr enthaltene Steuerertrag aus der Neubewertung aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge ging von 3,1 Mio € im Jahr 2011 auf 0,8 Mio € zurück. Insgesamt stieg die Steuerquote auf 23,1 Prozent.

Finanz- und Vermögenslage

Solider Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit erreichte 8,2 Mio € (2011: 12,8 Mio €). Der Rückgang ist vor allem auf das gesunkene Periodenergebnis sowie höhere Forderungen zurückzuführen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit betrug 2,3 Mio € (2011: 4,9 Mio €). Die Investitionen stiegen um 4,2 Mio € auf 9,8 Mio € (2011: 5,6 Mio €). Gegenläufig wirkten eine Restkaufpreiszahlung aus der Veräußerung des Badbereichs im Jahr 2010 von 4,0 Mio € sowie Einzahlungen aus finanziellen Vermögenswerten von 6,7 Mio € (2011: 10,0 Mio €).

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug -6,1 Mio € (2011: -14,4 Mio €) und beinhaltet die 2012 ausgezahlte Dividende in Höhe von 6,2 Mio € (2011: 14,2 Mio €).

Der Finanzmittelbestand am Bilanzstichtag stieg im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 4,2 Mio € auf 33,7 Mio €.

Kapitalflussrechnung (Kurzfassung)

Mio €	2012	2011
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	8,2	12,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	2,3	4,9
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-6,1	-14,4
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	-0,2	-0,2
Veränderung der Zahlungsmittel	4,2	3,2
Finanzmittelbestand am Jahresende	33,7	29,5

Investitionen

Die Zugänge zum Sachanlagevermögen betragen 9,3 Mio € (2011: 5,4 Mio €) und betrafen Erweiterungen der Produktionsstätte in der Tschechischen Republik, weitere Lagerautomatisierungen im Logistikzentrum in Zuzenhausen, Werkzeuge für Neuprodukte, Maschinen, Rationalisierungsinvestitionen für Produktionsanlagen, Warenträger sowie Betriebs- und Geschäftsausstattung.

Immaterielle Vermögenswerte verzeichneten im Jahr 2012 einen Zugang von 0,5 Mio €. Dies betraf hauptsächlich die Anschaffung von Software. Im Vorjahr hatte der aktivierte Geschäfts-/Firmenwert der Leifheit CZ a.s. mit insgesamt 1,3 Mio € einen wesentlichen Anteil.

Die Investitionsquote belief sich auf 5,8 Prozent, bezogen auf die historischen Anschaffungs- und Herstellungskosten des Anlagevermögens. Im Markengeschäft investierten wir 9,2 Mio € und im Volumengeschäft 0,6 Mio €. Den Investitionen standen Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 5,3 Mio € und auf Immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 1,4 Mio € entgegen.

Am 31. Dezember 2012 bestanden Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens in Höhe von 1,6 Mio €, die aus dem Finanzmittelbestand gezahlt werden.

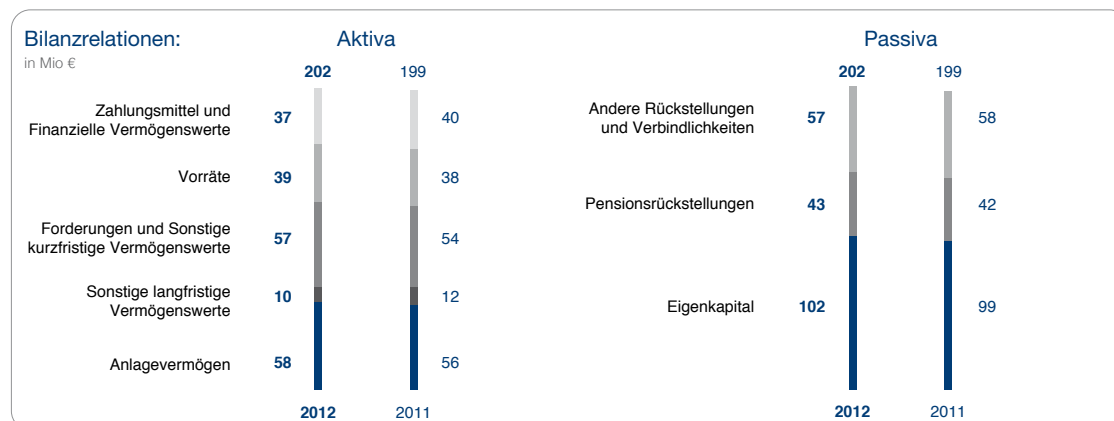
Finanzierungsinstrumente, Kreditlinien und Bankverbindlichkeiten

Leifheit verfügte zum 31. Dezember 2012 über Zahlungsmittel und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte von insgesamt 37,1 Mio € (2011: 39,5 Mio €). Es existierten keine Bankverbindlichkeiten. Zum Bilanzstichtag bestanden Kreditlinien in Höhe von 11,5 Mio € (2011: 15,2 Mio €), wovon 2,6 Mio € durch Avale und Akkreditive genutzt wurden.

5,8 %
Investitionsquote

33,7 Mio €
Finanzmittelbestand

Weiterhin solide Bilanzstrukturen



Die Bilanzsumme stieg um 3,3 Mio € und erreichte zum Bilanzstichtag 202,2 Mio €.

Die kurzfristigen Vermögenswerte enthielten in der Position Finanzielle Vermögenswerte eine Geldanlage in Form einer Inhaberschuldverschreibung in Höhe von 3,3 Mio €. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen vor allem umsatzbedingt um 5,5 Mio € auf 51,5 Mio €. Der Rückgang der Sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte ist insbesondere auf die Zahlung der restlichen Kaufpreisforderung aus dem 2010 erfolgten Verkauf des Badbereichs in Höhe von 4,0 Mio € zurückzuführen.

Die latenten Steueransprüche betragen 7,0 Mio € (2011: 8,0 Mio €) und enthalten insbesondere aktive latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von 4,1 Mio € (2011: 4,7 Mio €).

Die langfristigen Forderungen aus Ertragsteuern enthielten den langfristigen Teil des Körperschaftsteuerguthabens der Leifheit AG in Höhe von 2,9 Mio € (2011: 3,5 Mio €), das bis zum Jahr 2017 linear und ausschüttungsunabhängig von der Finanzverwaltung ausgezahlt wird.

Das Eigenkapital stieg 2012 um 3,5 Mio € und erreichte zum Bilanzstichtag 102,4 Mio € (2011: 98,9 Mio €). Hierin sind das Periodenergebnis 2012 mit 9,4 Mio € sowie die 2012 ausgeschüttete Dividende von 6,2 Mio € enthalten. Die Eigenkapitalquote stieg auf 50,6 Prozent (2011: 49,7 Prozent).

Nicht bilanziertes Vermögen und außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Neben dem in der Konzernbilanz ausgewiesenen Vermögen nutzt der Konzern in geringem Maße auch nichtbilanzierungsfähige Vermögenswerte. Diese betreffen überwiegend geleaste oder gemietete Güter (Operating-Leasing).

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente wurden wie in den Vorjahren nicht genutzt.

Gesamtaussage des Managements zur wirtschaftlichen Lage

Der Leifheit-Konzern hat sich im Berichtszeitraum 2012 vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Lage positiv entwickelt.

Das Wachstum wurde primär im Segment Markengeschäft erwirtschaftet. Dieses entwickelte sich, trotz der Konsumzurückhaltung in den südeuropäischen Ländern, sowohl mit Blick auf den Umsatz als auch auf das Ergebnis erfreulich. Wesentlich dazu beigetragen hat vor allem unser Engagement in Osteuropa und die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie.

Unser Volumengeschäft war im Berichtsjahr vor allem von dem rückläufigen Projektgeschäft in den USA und den konjunkturbedingten Absatzschwierigkeiten in Frankreich geprägt. Für 2013 streben wir an, diesem Trend durch entsprechende Maßnahmen entgegenzuwirken.

Insgesamt hat sich Leifheit im Geschäftsjahr 2012 vor allem mit Blick auf das Ergebnis positiv entwickelt. Bezogen auf das bereinigte EBIT 2011 waren wir in der Lage, unser Konzernergebnis um 13,4 Prozent zu steigern. Eine solide Eigenkapitalquote von rund 50 Prozent ermöglicht uns eine entsprechende Flexibilität im Hinblick auf zukünftiges Wachstum.

Der Leifheit-Konzern ist im aktuell schwierigen wirtschaftlichen Umfeld gut positioniert, um seine langfristigen Wachstums- und Ergebnisziele zu erreichen. Internationale Orientierung, starke und etablierte Marken mit führenden Marktpositionen und eine solide Kapitalausstattung bilden die Grundlage, um unsere strategischen Ziele künftig zu realisieren.

50,6 %
Eigenkapitalquote

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Mittels Investitionen in den Ausbau von Standorten hat Leifheit seine Wettbewerbsfähigkeit im Jahr 2012 verbessert. Damit ist unser Unternehmen gut aufgestellt für zukünftige Herausforderungen, zum Beispiel im Bereich des E-Commerce. Die konsequente Weiterentwicklung des Produktportfolios mit dem Fokus auf Innovationen ist für uns der Schlüssel für künftiges Wachstum.

Beschaffung und Logistik

Der Leifheit-Konzern fertigt seine Produkte sowohl in Deutschland als auch in ausgewählten Ländern Europas und Asiens. Wir greifen hierfür auf verschiedene langjährige Lieferanten zurück.

Weiterentwicklung des strategischen Einkaufs

Bereits im Jahr 2011 wurde der Grundstein für die Optimierung unseres strategischen Einkaufs gelegt. Im Berichtsjahr haben wir diese ersten Ansätze weiter verfeinert. Zentraler Bestandteil der Aktivitäten war die bessere Vernetzung kaufmännischer und technischer Bereiche.

2012 konnten wir den strategischen Einkauf als wesentlichen Treiber bereichsübergreifender Kostenoptimierungen etablieren. Im Jahr 2013 werden weitere Anstrengungen unternommen, die erfolgreiche Arbeitsmethodik nachhaltig einzusetzen und somit auch künftig einen entsprechenden Ergebnisbeitrag zu leisten.

Optimierung des Lieferantenmanagements

Leifheit hat 2012 sein ganzheitliches Lieferantenmanagement weiter ausgebaut. Wir haben uns vor allem auf die Optimierung von Präventivmaßnahmen zur Risikoversorgung konzentriert. Die eingeleiteten Schritte haben für Leifheit bei Störungen innerhalb der Lieferkette zu deutlich kürzeren Reaktionszeiten und einer verbesserten Flexibilität geführt.

Der Zugriff auf unterschiedliche Beschaffungsmärkte und Lieferquellen verstärkt zudem unsere Produktionssicherheit. Dank einer ganzheitlichen Lieferantenbewertung können wir künftig besser abschätzen, welcher Lieferant unseren hohen Anforderungen als langfristiger Partner gerecht wird. Entsprechend werden wir unser Lieferantenportfolio bewerten und gegebenenfalls neu ausrichten. Dies gilt insbesondere für den chinesischen Markt. Hier wird künftig mit einer weiteren Verteuerung der Produktionskosten gerechnet. Leifheit steuert dieser Entwicklung mit gezielten Sourcing-Aktivitäten in alternativen Regionen entgegen.

Materialkosten mit hohen Schwankungen

Das Berichtsjahr war geprägt von hoher Rohstoffpreisvolatilität. Für Leifheit ist insbesondere der Inputfaktor Kunststoff, dessen Entwicklung vom Ölpreis beeinflusst wird, von wesentlicher Bedeutung. Nach deutlichen Steigerungen im ersten Quartal waren die Preise für Kunststoffe ab Ende des zweiten Quartals wieder rückläufig. Zum Jahresende zogen die Notierungen wieder an und erreichten das Niveau vom Jahresanfang.

Weiterer Ausbau unseres Logistikstandorts

Im Rahmen der Unternehmensstrategie haben wir 2012 unser Distributionszentrum in Zuzenhausen weiter ausgebaut und für zukünftiges Wachstum gerüstet. Gleichzeitig wurden wichtige Prozessschritte der Wertschöpfungskette effizienter gestaltet.

Hierfür investierten wir im Geschäftsjahr 2012 in die Erweiterung der Lagerkapazität um 20 Prozent auf zirka 53.000 Palettenplätze sowie in innovative Lagertechnik. Darüber hinaus haben wir mithilfe automatisierter Lösungen unsere Materialflussprozesse verbessert. Zudem wurden weitere Einheiten, die sich mit der Standardisierung logistischer Prozesse zur Optimierung der Wertschöpfungskette auseinandersetzen, in den Standort Zuzenhausen integriert.

Die beschriebenen Maßnahmen verkürzen unsere Reaktionszeiten und steigern die Flexibilität unseres zentralen Logistikstandorts. Darüber hinaus führen sie zu einer besseren Auslastung der eingesetzten Ressourcen und tragen zur reibungslosen Marktversorgung bei. Für Leifheit ist es wichtig, Markt- und Kundenanforderungen flexibel umsetzen zu können. Gleichzeitig haben wir damit die Voraussetzung geschaffen, den höheren logistischen Herausforderungen des wachsenden Internethandels zu begegnen.

Verbesserte Wettbewerbsfähigkeit am Fertigungsstandort im tschechischen Blatná

Die im Jahr 2011 begonnenen baulichen Erweiterungen an unserem tschechischen Fertigungsstandort haben wir im Berichtsjahr erfolgreich abgeschlossen.

+20 %
Lagerkapazität
in Zuzenhausen

Die Fertigstellung der rund 5.000 m² großen Produktions- und Lagerhalle hatte für uns zwei positive Effekte: Zum einen konnten wir auf diese Weise externe Materiallager und damit Logistikkosten nachhaltig einsparen. Des Weiteren ermöglicht uns die Erweiterung, ausgewählte Produkte statt in Fernost nun in Blatná zu fertigen. Damit sind wir einerseits unabhängig von steigenden Lohnkosten in den asiatischen Märkten und können andererseits flexibel und schnell auf Kundenwünsche und Marktveränderungen reagieren.

Im Zuge einer effizienten Flächennutzung wurden 2012 die Fertigungsbereiche neu angeordnet. Dadurch wurden Wegezeiten reduziert und vorhandene Platzressourcen besser genutzt. Konkret bedeutet dies, dass wir die Fertigungstiefe für Produkte, die einen hohen Umsatz- und Ergebnisbeitrag liefern, steigern konnten. Dieser Umstand führte gleichzeitig zu einer deutlichen Qualitätsverbesserung und der weiteren Reduzierung von Herstell- und Durchlaufzeiten.

Hochautomatisierter Produktionsstandort Nassau

An unserem Hauptsitz in Nassau betreiben wir unsere hochautomatisierte Fertigung von Wäscheschirmen. Daneben nutzen wir moderne Spritzgießtechnologie zur effizienten Produktion von Halbtteilen, die anschließend vor Ort in Fertigware montiert werden.

Entwicklung und Innovation

Innovationen als Wachstumsmotor

Leifheit entwickelt clevere und zuverlässige Lösungen für die Arbeit im Haushalt. Auch 2012 haben wir eine Reihe innovativer Produkte auf den Markt gebracht. Dabei zielen wir insbesondere darauf ab, ein hohes Maß an Verbrauchernutzen mit wahrnehmbarer Qualität zu kombinieren. Die zahlreichen Auszeichnungen, welche die Marken Leifheit und Soehnle wieder erhalten haben, bestätigen die hohe Qualität und den hohen Innovationsgrad unserer Haushaltsgeräte: Dazu gehören beispielsweise der „Plus X Award“, der „iF product design award“, der „red dot design award“ sowie die Auszeichnungen „Produkt des Jahres“ von pro-K und „KüchenInnovation des Jahres“ der Initiative LifeCare. Es freut uns, dass ein Produkt mit dem „Golden Award“ als bestes der Kategorie prämiert wurde und auch Verbrauchermagazine unsere Produkte mit guten bis sehr guten Noten empfehlen. Darüber hinaus wurden auch unsere Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit honoriert. Neben der Tatsache, dass Produkte von Leifheit und Soehnle per se durch ihre hohe Qualität und Langlebigkeit vom Verbraucher als nachhaltig erlebt werden,

wurden unsere Solar-Küchen- und -Personenwaagen mit der Auszeichnung „Blauer Engel“ noch einmal besonders hervorgehoben.

Im Jahr 2012 konnten wir wieder eine Vielzahl an Innovationen in unseren vier Produktkategorien Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing hervorbringen. Diese wurden im Rahmen der Internationalen Frankfurter Messe Ambiente im Februar 2013 der Öffentlichkeit vorgestellt. Im Folgenden finden Sie einen Auszug der wichtigsten Neuerungen in unseren Kernkategorien.

Reinigen

Leifheit hat für jede Aufgabe und jeden Anspruch beim Reinigen eine saubere und überlegene Lösung. Basierend auf aktuellen Marktforschungsergebnissen haben wir unsere Sortimentsstruktur in dieser Kategorie im Jahr 2012 überarbeitet und für den Verbraucher kompetent und übersichtlich strukturiert. Mit der Markteinführung des akkubetriebenen Fenstersaugers, der bereits mit dem „Plus X Award“ ausgezeichnet wurde, bauen wir unsere Kompetenz im Bereich der Fenster- und Badreinigung weiter aus. Wir adressieren damit gleichzeitig eines der wachstumsstärksten Felder im Reinigungsbereich und differenzieren uns auf diese Weise weiter von unseren Kernwettbewerbern.

Eine weitere Produktneuheit ist das akkubetriebene Staubreinigungssystem Power Robo static. Mit dem Produkt bedienen wir das schnell wachsende Sortiment der automatischen Reinigungsgeräte. Unser innovatives Clean Twist-System werden wir stetig ausbauen. Die patentierte Produktfamilie mit Schleuderantrieb im Stiel komplettieren wir insbesondere durch die Neueinführung eines Mops.

Wäschepflege

Mit Wäscheständern und -schirmen, mit Bügeltischen und Druckdampfbügelsystemen sorgen wir für saubere und gepflegte Wäsche. Unsere neuen Wäscheständer zeichnen sich durch eine besonders hohe Individualität aus. Das heißt konkret, dass dank variabler Trockenstäbe die Wäschestücke unabhängig von Größe und Gewicht einfach und schnell aufgehängt werden können. Zusätzlich wird die Wäsche schneller trocken. Umfragen haben ergeben, dass dies von den Konsumenten stark nachgefragt wird.

Wir werden im Jahr 2013 unser Bügeltischsortiment neu strukturieren. Durch die konsequente Nutzung unserer bewährten EPP-Technologie (Expandiertes Polypropylen), die in fast allen relevanten Bügeltischpreislagen mit einer besonders leichten und extrem festen Bügeltischoberfläche punktet, schaffen wir ein Sortiment mit entsprechender Alleinstellung im Markt.

5.000 m²
Produktions- und
Lagerhalle fertig-
gestellt

Küche

Innerhalb dieser Kategorie wurde bereits im Jahr 2012 unsere neue Strategie „Clevere Küche“ vorgestellt: ein komplettes, an den Wünschen der Verbraucher ausgerichtetes Sortiment mit klarer Preisstruktur. In diesem Rahmen hatten wir die Variantenvielfalt im Sortiment reduziert und eine Reihe von Innovationen auf den Markt gebracht, die unsere Kernkompetenzen beim Öffnen, Zubereiten, Zerkleinern und Aufbewahren demonstrieren. Diesen eingeschlagenen Weg werden wir konsequent fortsetzen und vor allem unsere Kernkompetenzen „Zubereitung“ und „Aufbewahrung“ ausbauen. Zusammen mit dem Sternekokoch Christian Henze entwickelten wir innovative Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen wie zum Beispiel den Speed Quirl, der es erlaubt, Sahne und Soßen in der Hälfte der normalen Zeit von Hand zu schlagen, einen platzsparenden Spritzschutz oder den ersten handlichen Spiralschneider für besonders breites Schneidgut und mit integriertem Aufbewahrungsbehälter.

Daneben bauen wir konsequent die zweite Säule unseres Küchenportfolios auf. Nach der erfolgreichen Markteinführung unserer Fresh & Easy Vorratsbehälter stellen wir im Jahr 2013 die zusammenfaltbaren Fresh & Slim Frischhaltedosen vor. Auch hier tragen wir dem Verbraucherwunsch nach geringem Platzbedarf im Haushalt Rechnung.

Wellbeing

Im Soehnle Wellbeing-Sortiment bieten wir eine Vielzahl von Produkten, die das Leben leichter machen. Mit einer neuen Generation an Personen- und Analysewaagen mit Internetanbindung sind wir in das Jahr 2013 gestartet. Neben der bewährten Soehnle Wiegepräzision verfügen die neuen Web Connect-Modelle über die Möglichkeit, die gewonnenen Daten online oder via Smartphone-Applikation nachvollziehbar darzustellen. Hiermit tragen wir dem Megatrend der digitalen Vernetzung Rechnung und bedienen ein neues, wachsendes Marktsegment.

Unsere aktuellen Design- und Emotionsthemen sprechen vor allem jüngere Zielgruppen an. Durch die verschiedenen Lizenzmotive von Sheepworld oder Disney kombinieren wir dazu emotional aufgeladene Marken mit bewährter Soehnle-Technologie.

Das Soehnle Relax-Programm verzeichnete im Jahr 2012 vor allem im Bereich Luft mit Aroma-Diffusern und Luftbefeuchtern eine sehr positive Entwicklung im Markt. Hier haben wir den Trend erkannt und bedienen die Bedürfnisse der Konsumenten mit besonders innovativen und designorientierten Produkten. Zeitweise lagen diese Produkte unter den Top 10 der Abverkäufe bei namhaften Distributoren.

Patente und Schutzrechtsanmeldungen

Unser klares Bekenntnis zu innovativen Produkten wird auch an der Zahl der Patent- und Gebrauchsmusteranmeldungen 2012 deutlich: Der Leifheit-Konzern meldete mit 36 Patenten bzw. Gebrauchsmustern erneut eine hohe Zahl an Neuentwicklungen zum Schutz an.

Zum Schutz unserer Neuentwicklungen werden vor Veröffentlichung entsprechende Schutzrechte angemeldet, insofern dies wirtschaftlich sinnvoll ist. Hierdurch schaffen wir uns die Möglichkeit, technische Innovationen zu monopolisieren und dadurch Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Entscheidende Kriterien für die Anmeldung von Schutzrechten innerhalb verschiedener Länder sind zu erwartende Umsätze für das jeweilige Produkt und das entsprechende Wettbewerbsumfeld. Klassischerweise werden vor diesem Hintergrund die europäischen Kernmärkte von Leifheit berücksichtigt. Darüber hinaus werden Schutzrechte in außereuropäischen Ländern wie etwa in China oder den USA angemeldet.

Im Berichtsjahr 2012 waren bei Leifheit 26 Mitarbeiter in den Bereichen Entwicklung und Patente beschäftigt. Dabei handelt es sich überwiegend um Ingenieure, Juristen, Techniker und Konstrukteure. Insgesamt haben wir für den Bereich Entwicklung 3,6 Mio € aufgewendet.

36

Patent- und
Gebrauchsmuster-
anmeldungen 2012

Nachhaltigkeit

Motivierte und engagierte Mitarbeiter sind die Grundlage unseres Erfolgs. Leifheit hat 2012 gezielt in Qualifikations- und Weiterbildungsmaßnahmen für seine Belegschaft investiert. Auf diese Weise ist es uns möglich, langlebige und qualitativ hochwertige Produkte zu fertigen, und dies bei gleichzeitig sinkender Umweltbelastung.

Mitarbeiter

Um in unseren Kernkategorien führend und stets innovativ zu sein, sind wir auf das Potenzial, das Engagement und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter sowie die Expertise unserer Führungskräfte angewiesen. Daher leben wir bei Leifheit eine Unternehmenskultur, die auf ein wertschätzendes Miteinander, aktive Kommunikation und kontinuierlichen Dialog aufgebaut ist. Um die Werte unserer Kultur zu fördern, die fachlichen Kompetenzen zu erhalten und unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter auszubauen, haben wir auch 2012 gezielt in die Weiterbildung und Qualifizierung unserer Mitarbeiter investiert.

Effizienzsteigerung durch Mitsprache

Wir sind davon überzeugt, dass die hohe Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ihren Einsatz im Arbeitsleben sowie ihr Engagement für das Unternehmen steigert. Um dies zu erheben, haben wir 2011 eine breit angelegte Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die Ergebnisse mündeten im Berichtsjahr 2012 in eine Vielzahl von Maßnahmen, sowohl innerhalb einzelner Abteilungen als auch abteilungsübergreifend. Hierfür wurden in allen Bereichen entsprechende Workshops durchgeführt. Es wurden verschiedene fach- und hierarchieübergreifende Arbeitsgruppen gebildet, deren Ergebnisse den Mitarbeitern im Detail vorgestellt wurden. Wir werden auch 2013 eine Befragung durchführen, um zu evaluieren, ob die Maßnahmen erfolgreich angenommen wurden.

Erfolgreiche Kommunikation im Arbeitsalltag

Offene interne Unternehmenskommunikation führt nach unserer Erfahrung zu einer Steigerung des Mitarbeiterengagements. Aus diesem Grund bieten wir unseren Mitarbeitern verschiedene Möglichkeiten des Austausches. Für den intensiven Dialog mit der Führungskraft hat sich das jährlich stattfindende Mitarbeitergespräch als festes Personalführungsinstrument etabliert. Dabei tauschen sich Mitarbeiter und Vorgesetzte über unternehmensrelevante und arbeitsplatzspezifische Ziele aus und besprechen Aspekte der beruflichen Weiterentwicklung. Auf der Basis der Ergebnisse werden individuelle Weiterbildungsmaßnahmen für den Mitarbeiter identifiziert, die auf eine kontinuierliche Qualifikation unserer Beschäftigten zielen. Um dies weiter zu forcieren, haben wir ein Kompetenzmodell für Mitarbeiter und Führungskräfte entwickelt.

In regelmäßigen Gesprächsrunden – sogenannten Kamin-gesprächen – stehen wechselnde Mitarbeitergruppen mit dem Vorstand auch in persönlichem Dialog. Dies ermöglicht einen sehr direkten, offenen Austausch mit Mitarbeitern aller Ebenen der Organisation.

Gesundheit der Mitarbeiter im Fokus

Die Gesundheit unserer Mitarbeiter ist für uns ein wichtiges Gut. Im Rahmen steigender Arbeitsanforderungen ist es für Leifheit selbstverständlich, eine angemessene Arbeitsumgebung zu fördern. Wir sehen es als unsere Pflicht an, die Mitarbeiter für das Thema Gesundheitsprävention und -förderung zu sensibilisieren. Hierfür bieten wir verschiedene Aktivitäten an. Zur Überprüfung unseres Gesundheitsmanagements analysieren wir in Zusammenarbeit mit einer Hochschule unsere Maßnahmen, um diese in Zukunft in ein Gesamtkonzept einzubetten.

Moderne Berufsausbildung und Nachwuchsförderung

Wir freuen uns, dass wir auch 2012 vier Absolventen in teils unbefristete Arbeitsverhältnisse übernehmen konnten. Im letzten Jahr wurde außerdem eine Junior-Firma ins Leben gerufen. Hierbei leiten unsere Auszubildenden, unterstützt von erfahrenen Mitarbeitern, unsere Werksverkaufsstellen in Eigenregie. Die bisherigen Errungenschaften bestärken uns in unserem Ausbildungskonzept: talentierten Nachwuchs für Leifheit gewinnen, mit kreativen Maßnahmen fördern und langfristig an das Unternehmen binden.

Leifheit ist Fair Company

Auch im Rahmen unserer Nachwuchsförderung haben wir im Berichtsjahr weitere junge Talente über studentische Praktika in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Personal, Entwicklung, Qualitätsmanagement sowie Materialwirtschaft und Logistik für Leifheit gewonnen. Meist war es möglich, ihnen darüber hinaus Perspektiven zur Weiterentwicklung zu bieten. In Bezug auf unsere studentische Nachwuchsförderung haben wir uns seit mittlerweile sechs Jahren als Mitglied der Initiative Fair Company verpflichtet, keine Vollzeitstellen dauerhaft durch Praktikanten zu ersetzen und das durch die Nachwuchskräfte geleistete Engagement sowie Projektarbeiten angemessen zu vergüten.

Leifheit als Top Arbeitgeber ausgezeichnet

Unser Unternehmen wurde erneut als Top Arbeitgeber ausgezeichnet. Die Anerkennung basiert auf einer Studie



des CRF Institute. Seit 2003 zertifiziert das anerkannte und unabhängige CRF Institute in Deutschland Unternehmen im Bereich Personalmanagement. Die Seriosität der Auswertungs- und Scoring-Prozesse der einzelnen Studien wird im Auftrag des CRF Institute durch ein internationales Wirtschaftsprüfungsunternehmen validiert.

Leifheit hat auch im Jahr 2012 seine Arbeitgeberqualitäten unter Beweis gestellt. Wir freuen uns über die Auszeichnung, denn sie ist die Bestätigung für unsere nachhaltige und professionelle Personalarbeit. Mit unserer zukunftsweisenden Personalstrategie und zeitgemäßen Entwicklungsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter sichert sich Leifheit einen Vorsprung auf dem Arbeitsmarkt, steigert die Mitarbeiterzufriedenheit und erhält seinen Personalbestand.

Stabile Mitarbeiterzahlen

Zum 31. Dezember 2012 waren 1.025 Mitarbeiter (2011: 1.032) im Leifheit-Konzern beschäftigt. Damit haben wir die Anzahl der Beschäftigten annähernd auf dem Niveau des Vorjahres gehalten.

Im Markengeschäft waren 741 Mitarbeiter (2011: 726) und im Volumengeschäft 284 Mitarbeiter (2011: 306) beschäftigt.

Mitarbeiter nach Regionen

Standorte	31.12.2012	31.12.2011
Deutschland	405	397
Tschechische Republik	381	392
Frankreich	174	181
Sonstige Länder	65	62
Konzern	1.025	1.032

Die durchschnittliche Beschäftigungszahl im Konzern sank von 1.085 auf 1.019 Mitarbeiter. Die Personalaufwendungen im Geschäftsjahr 2012 betragen 41,8 Mio € (2011: 42,0 Mio €).

Konstant hohe Anzahl an Jubilaren

2012 ehrte Leifheit 104 Mitarbeiter anlässlich verschiedener Firmenjubiläen. Eine konstant hohe Anzahl von Jubilaren ist für uns ein Beleg für die starke Bindung unserer Mitarbeiter an das Unternehmen. Das ausgewogene Verhältnis von Auszubildenden, neu eingestellten Mitarbeitern und langjährig aktiven Kollegen ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Wissenstransfer. Unser nachhaltiger Unternehmenserfolg ist der Beleg für diese erfolgreiche Mitarbeiterpolitik.

Umweltschutz

Als Unternehmen tragen wir Verantwortung für den rücksichtsvollen Umgang mit unserer Umwelt. Neue Lösungen werden benötigt, die ökologische wie ökonomische Ziele in Einklang bringen. Das Engagement in diesem Bereich

findet eine immer höhere Aufmerksamkeit in der aufgeklärten Öffentlichkeit.

Es ist unser Anspruch, alle Aktivitäten des Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette entsprechend unserer Nachhaltigkeitsstrategie auszurichten. Diese basiert auf einem einfachen Prinzip: Mit weniger Ressourcen mehr erreichen. Wir verfolgen das Ziel, hochwertige und langlebige Produkte zu entwickeln, die zum Beispiel helfen, den Wasserverbrauch zu reduzieren oder die dank Solartechnik gänzlich ohne den Einsatz von Batterien auskommen.

Deshalb beginnt Ökologie bei Leifheit bereits mit der Konzeption eines neuen Produkts. Wir kombinieren die Bedürfnisse nach ansprechendem Design und Benutzerfreundlichkeit mit hoher Qualität und langlebigem Material. Dies kann nur gelingen, wenn wir all unsere Partner entlang der Wertschöpfungskette in diesen Prozess einbeziehen. Entsprechend arbeitet Leifheit mit ausgewählten Lieferanten zusammen, die beispielsweise im Rahmen der Rohstoffbeschaffung diesen Gedanken mit aufgreifen.

Durch einen schonenden Ressourcenverbrauch können wir auch mit kleinen Dingen in der Produktion einen Beitrag zum Umweltschutz leisten: Wir nutzen verstärkt Mühlen zum Einmahlen der Kunststoffangüsse, wodurch das Material erneut dem Produktionskreislauf zugeführt werden kann. Durch die Anschaffung energieeffizienter Elektromotoren, den Einsatz von Bewegungsmeldern und eine verbesserte Isolierung der Produktionsanlagen konnten wir 2012 weitere Energieeinsparungen erreichen. Den Restmüllanfall reduzierten wir im Berichtsjahr um 35 Prozent mittels eines konsequenten Abfallmanagements.

Insbesondere der Logistikbereich kann zu einer sauberen Umwelt entscheidend beitragen. Deshalb haben wir unsere Transportmöglichkeiten genauer analysiert. Wir haben die Tourenplanung durch Bündelung und Straffung einzelner Strecken deutlich optimiert und dadurch eine nachhaltige Verbesserung der CO₂-Bilanz erzielt. Zudem hat Leifheit einen Großteil seiner Containerlieferungen von der Straße auf die Schiene verlagert. Unseren eigenen Pkw-Fuhrpark stellen wir kontinuierlich auf die neueste Technologie der Dieselfahrzeuge mit Euro-4-Norm oder als Version Blue Motion um.

Nur durch ein nachhaltiges Wirken und einen sparsamen Umgang mit den Ressourcen kann langfristig das größte Gut des Menschen erhalten bleiben: eine intakte Umwelt. Unser Engagement für die Umwelt spiegelt sich auch in unseren Produkten wider. Verbraucher registrieren und honorieren diese Anstrengungen und nehmen unsere Marken und Produkte generell als nachhaltig wahr.



1.025
Mitarbeiter zum
Jahresende

Chancen und Risiken

Die Nutzung von Marktchancen bietet für Leifheit die Möglichkeit, weiteres Wachstum zu erzielen. Hierfür behalten wir vor allem die Trends im Haushaltsbereich fest im Blick. Gleichzeitig evaluiert das Unternehmen regelmäßig mögliche Risiken, um diese frühzeitig zu identifizieren und ihnen aktiv entgegenwirken zu können.

Wesentliche Merkmale des internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems im Rechnungslegungsprozess

Das interne Kontrollsystem ist die Gesamtheit aller aufeinander abgestimmten Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen, um die Geschäfts- und Kontrollziele im Unternehmen zu erreichen und die Sicherheit und Effizienz der Geschäftsabwicklung, die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung sowie die Übereinstimmung mit Gesetzen und Richtlinien zu gewährleisten.

Für den Rechnungslegungsprozess bei Leifheit bedeutet dies, dass implementierte Kontrollen trotz möglicher Risiken einen regelungskonformen Konzernabschluss hinreichend sicherstellen. Dazu tragen verschiedene prozessintegrierte und prozessunabhängige Überwachungsmaßnahmen bei.

Unser Konzernabschluss wird auf der Basis einer einheitlichen Bilanzierungsrichtlinie erstellt, die allen relevanten Konzernmitarbeitern mittels einer konzerninternen Internetplattform zur Verfügung steht. Ein Konsolidierungsprogramm stellt eine einheitliche Vorgehensweise sicher und minimiert mögliche Risiken von Falschaussagen in der Konzernrechnungslegung und der externen Berichterstattung.

Die Finanzberichterstattung ist in eindeutig definierten Teilprozessen organisiert. Klare Verantwortlichkeiten bei Berücksichtigung des Prinzips der Funktionstrennung und des Vieraugenprinzips reduzieren das Risiko von dolosen Handlungen.

Der Bereich Finanzen mit der fachlichen Verantwortung für die Erstellung des Konzernabschlusses formuliert verbindliche inhaltliche und terminliche Vorgaben an die dezentralen Einheiten und stellt so konzerneinheitliche Rechnungslegungspraktiken sicher, die möglichst geringe Ermessensspielräume bei Ansatz, Bewertung und Ausweis von Bilanzpositionen bieten.

Wir steuern und überwachen unsere relevanten IT-Systeme im Konsolidierungsprozess. Systemtechnische Kontrollen und manuelle Stichprobenprüfungen erfahrener Mitarbeiter gehören ebenso zum Sicherungskonzept wie maßgeschneiderte Berechtigungen und Zugangsbeschränkungen;

sie tragen dazu bei, die verwendeten Finanzsysteme vor Missbrauch zu schützen.

Das Gesamtbündel an Prozessen, Systemen und Kontrollen stellt hinreichend sicher, dass der Konzernrechnungslegungsprozess im Einklang mit den IFRS, dem HGB sowie anderen rechnungslegungsrelevanten Regelungen und Gesetzen erfolgt und zuverlässig ist.

Im Folgenden beschreiben wir die uns derzeit bekannten Chancen und Risiken, welche die Entwicklung des Leifheit-Konzerns beeinflussen könnten.

Chancen

Wir analysieren laufend die für Leifheit relevanten Absatz- und Beschaffungsmärkte. Dies bildet für uns die Grundlage, um relevante Chancen und Marktpotenziale zeitnah zu erkennen. Durch die Entwicklung geeigneter Strategien versuchen wir, mögliche Chancen optimal für uns nutzbar zu machen. Das frühzeitige Erkennen von Markttrends hat daher einen hohen Stellenwert für Leifheit. Folgende Entwicklungen sind aktuell zu beobachten:

- Insgesamt lässt sich eine weiter steigende Nutzung des Internets in Deutschland und Europa beobachten. Dies gilt sowohl für die Informationssuche als auch für den Kauf und betrifft gleichermaßen die jüngeren und älteren Zielgruppen. Im Zuge dessen gewinnt der Cross-Channel-Ansatz im Handel deutlich an Bedeutung. Dieser Trend beeinflusst insbesondere den Non-Food-Bereich und damit auch die Haushaltsprodukte. Für Leifheit besteht die Chance, durch eine gezielte Nutzung dieses Trends seinen Marktanteil in diesem Bereich zu erhöhen.
- Grundlegender Wandel hin zu mehr Qualitätsbewusstsein ist gerade bei jüngeren Konsumenten zu beobachten. Damit rückt diese Zielgruppe noch stärker als bisher in den Fokus der Markenanbieter. Diese Entwicklung kann für Leifheit als Markenanbieter mit einer wahrnehmbaren Produktqualität positive Wachstumsimpulse sowohl im stationären als auch im Onlinehandel bedeuten.
- Die verstärkte Nachfrage nach langlebigen Produkten aus nachhaltiger Herstellung beziehungsweise von Unternehmen, die auf einen verantwortungsvollen Umgang mit ihren Ressourcen, der Gesellschaft und den Mitarbeitern

achten, ist ungebrochen. Die Verbraucher reagieren heute in ihrem Konsumverhalten viel sensibler als früher. Leifheit ist ein Unternehmen mit einem hohen Engagement in diesem Bereich und kann hiervon überproportional profitieren. Wir sind in der Wahrnehmung der Verbraucher bereits als nachhaltiges Unternehmen mit langlebigen Produkten fest verankert.

- Der Wunsch nach Entschleunigung, der aus einem anhaltend hohen Stresslevel, starken Belastungen am Arbeitsplatz oder generell aus Gefühlen der Überforderung resultieren kann, wird auch weiterhin das Konsumentenverhalten beeinflussen. In diesem Zusammenhang sehen wir für die Produktkategorie Wellbeing positive Effekte. Mit unseren auf eine Steigerung des Wohlbefindens fokussierten Produkten, die unter der Marke Soehle geführt werden, adressieren wir in besonderem Maße die beschriebenen Bedürfnisse.
- Für Deutschland wird bis 2014 eine wachsende Anzahl der Haushalte prognostiziert. Dies liegt vor allem an der steigenden Zahl der Ein- und Zweipersonenhaushalte. Mit Blick auf die historische Entwicklung wächst zudem die durchschnittliche Wohnfläche pro Wohnung. Wir gehen davon aus, dass sich diese Dynamik in der Zukunft positiv auf den Leifheit-Konzern mit seinem auf Haushaltsartikel ausgerichteten Geschäftsmodell auswirken wird.

Neben allgemeinen Markttrends analysieren wir auch regelmäßig die heutigen und künftigen Bedürfnisprofile, Erwartungen und Wunschvorstellungen unserer Endkonsumenten innerhalb der Produktkategorien.

Wir begegnen Marktchancen mittels unserer Mehrjahresstrategie „Leifheit GO!“. Diese fokussiert sich auf die drei Bereiche: Marken- und Kommunikationsstrategie, internationale Vertriebsstrategie sowie Steigerung der Effizienz.

Im Rahmen unserer Marken- und Kommunikationsstrategie fokussieren wir uns auf die Marken Leifheit und Soehle, die wir durch eine zielgruppenorientierte Kommunikation und die konsequente Fortsetzung unserer Dachmarkenstrategie weiter stärken werden. Auch im Geschäftsjahr 2013 wird Leifheit wieder eine Reihe innovativer Produkte auf den Markt bringen. Wir schaffen uns damit die Möglichkeit, unsere Marktanteile weiter zu steigern.

Mithilfe unserer internationalen Vertriebsstrategie schaffen wir die Möglichkeit, unsere Position im Wettbewerb weiter auszubauen. Hierfür haben wir klar umrissene Fokusmärkte definiert, reagieren aber flexibel auf sich verändernde Marktbedingungen. Daneben werden wir das Thema E-Commerce weiter vorantreiben. So nutzen

wir die Wachstumschancen aus dem veränderten Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten. Unter dem Begriff „POS-Excellence“ entwickeln wir darüber hinaus intelligente und hochwertige Präsentationslösungen für den stationären Handel. Ziel der Initiative ist es, unsere Handelspartner mit exzellenten POS-Lösungen zu unterstützen, die das qualitative Wachstum steigern und damit die Wertschöpfung erhöhen. Gleichzeitig positioniert sich Leifheit auf diese Weise als qualitativ hochwertige Marke bei den Konsumenten und kann so vom zunehmenden Trend zu mehr Qualitätsbewusstsein profitieren.

Risiken

Risikomanagementsystem

Die Risikostrategie von Leifheit basiert auf dem globalen Ziel des Fortgangs der Geschäftstätigkeit. Zentrales Element des Risikomanagementsystems ist der systematische Risikomanagementprozess, der regelmäßig durchlaufen wird. Am Anfang dieses Prozesses steht die Risikoidentifikation, bei der halbjährlich alle Gefahrenquellen, Schadenursachen und Störpotenziale in einheitlichen Risikotabellen systematisch analysiert und dokumentiert werden. Die Risikoidentifikation erstreckt sich auf alle Geschäftsbereiche des Leifheit-Konzerns sowie auf die wesentlichen Beteiligungen. Treten neue Risiken auf, informiert der Risikoverantwortliche im Rahmen der Ad-hoc-Berichterstattung unverzüglich.

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

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

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

Unternehmensstrategische Risiken

Die unternehmensstrategischen Risiken lassen sich in zwei 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. Während ein Unternehmen bei gesamtwirtschaftlichen Veränderungen nur die Möglichkeit hat, vorausschauend, 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.

Absatz- und Branchenrisiken

Die globalen Geschäftstätigkeiten machen Leifheit von der internationalen Konjunkturerwicklung abhängig. Die Schuldenkrise in einigen Ländern der Eurozone, die Unsicherheiten auf den Finanzmärkten und die kriselnde Weltwirtschaft bedeuten Absatzrisiken auf unseren relevanten Absatzmärkten, wie zum Beispiel Spanien.

Ein weiteres Risiko besteht darin, als Markenartikler ausreichend innovative Produkte zeitnah in den Markt einzuführen.

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 Zyklizität der Einzelmärkte im Inland wie im Ausland sowie die letztlich kaum prognostizierbare Entwicklung der Währungsrelationen, was für ein weltweit tätiges Unternehmen wie Leifheit keine unwesentliche Bedeutung hat. Daneben dürfen auch die Branchenrisiken nicht übersehen werden, die vor allem in der weiteren Entwicklung des Handels sichtbar werden.

Weitere Risiken aus der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sind im Kapitel „Prognosebericht“ unter der Überschrift „Unsicherheiten bestimmen Ausblick auf 2013“ dargestellt.

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 Zahlungsverpflichtungen zur jeweiligen Fälligkeit erfüllen zu können. Die Liquidität wird hauptsächlich in Form von Tages- und Termingeldanlagen vorgehalten. Im Rahmen eines Cashpoolings werden Mittel bedarfsgerecht intern an Konzerngesellschaften weitergeleitet. Der Leifheit-Konzern hält am 31. Dezember 2012 liquide Mittel in Höhe von 33,7 Mio €. Bankkredite werden nicht in Anspruch genommen. Darüber hinaus stehen kurzfristige Kreditlinien in Höhe von 11,5 Mio € zur Verfügung, die jedoch nur zum Teil für Avale und Derivate genutzt werden.

• 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. Verzinsliche Finanzverbindlichkeiten bestehen zurzeit nicht.

• Kreditrisiko (Ausfallrisiko)

Wir schließen Finanzinstrumente im Finanzierungsbereich grundsätzlich nur mit solchen Kontrahenten ab, die über eine gute Bonität verfügen bzw. einem Einlagensicherungsfonds angeschlossen sind. Dabei werden Geschäfte nur im Rahmen vorgegebener Kontrahentenlimite getätigt. Aufgrund der angespannten Wirtschaftslage bestehen zusätzliche Risiken im Hinblick auf Forderungsausfälle, wenn der Zugang der Kunden zu finanziellen Ressourcen beeinträchtigt wird oder sich die wirtschaftliche Situation der Kunden verschlechtert. Im Liefergeschäft werden Außenstände und Ausfallrisiken fortlaufend überwacht; teilweise sind sie zusätzlich über Warenkreditversicherungen abgesichert.

- **Sonstige Preisrisiken**
(insbesondere Rohstoffpreisrisiken)

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

- **Produktqualitätsrisiken**

Wir sind dem Risiko möglicher Produktmängel ausgesetzt, die auch zu Verletzungen und Rückrufaktionen bei Konsumenten führen bzw. dem Ansehen unserer Produkte und unserer Marken 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 die Risiken durch organisatorische und technische Vorkehrungen sowie professionelles Projektmanagement 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 etwaige Konflikte mit Dritten zu identifizieren und zu vermeiden.

- **Steuerliche Risiken**

Steuerliche Risiken ergeben sich insbesondere aufgrund internationaler Konzernverrechnungspreise. Die Finanzverwaltungen haben die Verrechnungspreise stärker ins Visier genommen. Wir begegnen diesen Risiken durch die Anwendung der internationalen Verrechnungspreisvorschrift und der Dokumentation der konzerninternen Transaktionen. In Betriebsprüfungen werden wir durch erfahrene Transferpreisspezialisten unterstützt.

Gesamtbeurteilung der Chancen und Risiken

Nach unserer Einschätzung bewegen wir uns in einem Chancen- und Risikoprofil, das für unser Unternehmen typisch und untrennbar mit dem unternehmerischen 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 ist begrenzt und weiterhin überschaubar.

Die Home Beteiligungen GmbH hat im November 2012 darüber informiert, dass die Familien Schuler-Voith und Knapp-Voith in Verkaufsgespräche über ihre rund 60 Prozent der Anteile an der Leifheit AG, die über die Home Beteiligungen GmbH und die MKV Verwaltungs GmbH gehalten werden, eingetreten sind. Eine mögliche Veränderung der Aktionärsstruktur kann Einfluss auf die zukünftige Entwicklung der Leifheit AG haben.

Nachtragsbericht

An dieser Stelle berichtet Leifheit über Sachverhalte die nach Ablauf des Geschäftsjahres eingetreten sind.

Keine wesentlichen Veränderungen seit dem Ende des Berichtszeitraumes

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

Prognosebericht

Die gesamtwirtschaftlichen Aussichten für 2013 bleiben ungewiss. Insgesamt gehen Schätzungen von einer leicht besseren konjunkturellen Lage als im Berichtsjahr aus. Vor diesem Hintergrund soll auch der Konsum wieder leicht anziehen. Leifheit rechnet für das Geschäftsjahr 2013 mit einem Umsatzwachstum von zwei bis vier Prozent sowie einem stabilen Ergebnis auf dem bereinigten Vorjahresniveau.

Unsicherheiten bestimmen Ausblick auf 2013

Die Weltwirtschaft wird nach aktuellen Konjunkturprognosen 2013 geringfügig stärker wachsen als im Vorjahr. Die Erwartungen sind aber aufgrund von verschiedenen Unsicherheitsfaktoren weiter gedämpft. Hierzu zählen der weitere Fortgang der Euro- und Schuldenkrise, welche vor allem von den Entwicklungen auf politischer Ebene innerhalb der Eurozone bestimmt wird, sowie die fiskalpolitischen Maßnahmen in den USA. Der Internationale Währungsfonds (IWF) rechnet für 2013 mit einem globalen Wirtschaftswachstum von 3,5 Prozent. Für die Eurozone wird ein Rückgang der Wirtschaftsleistung um 0,2 Prozent vorhergesagt. Lediglich die USA sollen nach Angaben der Auguren eine vergleichsweise stabile Entwicklung mit einem Plus von 2,0 Prozent aufweisen. Für Deutschland sind die Erwartungen an die Wirtschaftsleistung ebenfalls gedämpft: Es wird nur noch mit einem Wachstum in Höhe von 0,6 Prozent gerechnet.

Nach wie vor bleiben die Schwellenländer Treiber für die Weltwirtschaft. Für diese Länder sagt der IWF eine leichte Wachstumsbeschleunigung im Jahr 2013 voraus. Das Wachstum soll sich in China von 7,8 auf 8,2 Prozent und in Indien von 4,5 auf 5,9 Prozent steigern.

Die stärkste Entwicklung erwarten die Experten in Brasilien mit einer Verbesserung des Bruttoinlandsprodukts von 1,0 auf 3,5 Prozent im Jahr 2013.

Aufgrund volatiler Märkte sind verlässliche Prognosen für die Rohstoffpreisentwicklung für 2013 kaum möglich. Hier setzt Leifheit weiterhin auf vorausschauende Lieferverträge für unsere Haupteinsatzmaterialien, um die Abhängigkeit von Preisschwankungen zu reduzieren und unsere Unternehmensziele langfristig abzusichern.

+ 3,5 %
globales
Wirtschaftswachstum

Konsumverhalten wieder positiv

Für Deutschland prognostiziert das Konsumforschungsinstitut GfK eine moderate Steigerung der Kaufkraft um rund 1,4 Prozent im Jahr 2013. Laut einer GfK-Studie wird jeder Deutsche im Geschäftsjahr 2013 durchschnittlich 554 € mehr für Ausgaben zur Verfügung haben als noch im Vorjahr. Somit ist in diesem Jahr mit einer leicht positiven Konsumententwicklung zu rechnen. Hauptgründe hierfür sind die zu erwartende niedrige Inflationsrate von 1,5 Prozent sowie günstige Einkommensentwicklungen.

Leifheit strebt weiteres Wachstum im Markengeschäft an

Unser Fokus wird auch zukünftig auf der Entwicklung und Vermarktung von qualitativ hochwertigen Markenprodukten für ausgewählte Bereiche im Haushalt liegen. Entsprechend hat Leifheit seine Organisation in der Vergangenheit konsequent daraufhin ausgerichtet, auch in Zukunft im Wettbewerb führende Positionen einzunehmen.

Unsere Strategie „Leifheit GO!“ unterstützt uns dabei: Mit innovativen Produkten und einer Reihe von Maßnahmen, unter anderem der POS-Excellence-Initiative oder dem breit angelegten E-Commerce-Projekt werden wir uns in den gesättigten Märkten Zentraleuropas dem zunehmenden Verdrängungswettbewerb stellen. Darüber hinaus beabsichtigen wir unseren Marktanteil in neuen Wachstumsmärkten wie Osteuropa, der Türkei oder ausgewählten Ländern Asiens weiter auszubauen. Wir sind zuversichtlich, dass Leifheit durch diese Schritte die konjunkturbedingten Umsatzrückgänge in Südeuropa zu einem großen Teil kompensieren kann. Angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Lage werden wir auch künftig unsere Kosten fest im Blick behalten.

Es sind Investitionen in Höhe von 6,0 Mio € geplant, die aus eigenen Mitteln finanziert werden.

Prognose 2013

	2012	Bereinigung*	2012 bereinigt*	Prognose 2013
Umsatz	224,2 Mio €	-6,8 Mio €	217,4 Mio €	2 bis 4 Prozent Wachstum
EBIT	14,2 Mio €	-1,2 Mio €	13,0 Mio €	Ergebnis auf bereinigtem Vorjahresniveau

* Umsatz bereinigt um das Geschäft mit Dr. Oetker Backgeräten;
EBIT bereinigt um den Sondereffekt aus der Veräußerung von Vermögenswerten im Zusammenhang mit der Aufgabe des Lizenzvertrages

Stabiles Ergebnis auf bereinigtem Vorjahresniveau

Unsere Geschäftsentwicklung im Jahr 2013 wird weiter vom Fortgang der Euro- und Schuldenkrise bestimmt sein. Diese wiederum wird maßgeblich von den Entscheidungen auf politischer Ebene beeinflusst. Unter der Voraussetzung, dass sich die gesamtwirtschaftlichen Verhältnisse in unseren Kernländern in Europa weiter festigen, sowie stabiler Wechselkurse sind wir optimistisch, 2013 im Markengeschäft weiter zu wachsen. Unter den genannten Bedingungen halten wir in diesem Segment eine Umsatzsteigerung im Rahmen unserer langfristigen Prognose von drei bis fünf Prozent für realistisch. Im Volumengeschäft rechnen wir vor dem Hintergrund der genannten Unsicherheitsfaktoren maximal mit einer stabilen Entwicklung.

Auf Konzernebene bedeutet dies für das Geschäftsjahr 2013 ein Plus von zwei bis vier Prozent gegenüber dem um das Geschäft mit der Marke Dr. Oetker Backgeräte bereinigten Umsatz 2012. Auf der Ergebnisseite erwarten wir eine stabile Entwicklung mit einem EBIT auf dem Niveau des bereinigten Ergebnisses 2012.

Wir werden unsere Prognose im Laufe des Jahres weiter konkretisieren. Aufgrund unserer gefestigten Marktposition in Europa mit internationaler Orientierung, unseren starken und etablierten Marken mit führenden Marktpositionen und der soliden Kapitalausstattung sind wir optimistisch, die gesetzten Ziele 2013 zu erreichen.

Mittelfristig halten wir an unserem Ziel eines nachhaltigen und profitablen Umsatzwachstums in Höhe von drei bis fünf Prozent auf Konzernebene fest, bei überproportionaler Ergebnissteigerung.

+ 2 bis 4 %
Umsatzwachstum
Konzern

stabiles
EBIT

Konzernabschluss 2012

54	Gesamtergebnisrechnung
55	Bilanz
56	Eigenkapitalveränderungsrechnung
57	Kapitalflussrechnung
58	Segmentberichterstattung
59	Anhang
59	Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
69	Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung
73	Erläuterungen zur Bilanz
86	Organe der Leifheit AG

Gesamtergebnisrechnung

T €	Anhang	2012	2011
Umsatzerlöse	1	224.191	222.109
Kosten der Umsatzerlöse	2	-124.992	-126.663
Bruttoergebnis		99.199	95.446
Forschungs- und Entwicklungskosten	3	-3.596	-4.133
Vertriebskosten	6	-71.078	-67.372
Verwaltungskosten	7	-13.810	-13.256
Sonstige betriebliche Erträge	8	4.214	4.447
Sonstige betriebliche Aufwendungen	9	-421	-831
Fremdwährungsergebnis	10	-331	-372
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)		14.177	13.929
Zinserträge	11	570	839
Zinsaufwendungen	12	-2.552	-2.376
Sonstiges Finanzergebnis	13	2	-149
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)		12.197	12.243
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	14	-2.817	-170
Periodenergebnis		9.380	12.073
Ergebnisneutrale Bestandteile des Gesamtergebnisses nach Steuern			
Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	15	104	-94
Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe davon Ertragsteuereffekt: -90 T € (2011: 114 T €)	15	232	-199
Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows davon Ertragsteuereffekt: 100 T € (2011: 0 T €)	15	-256	-
Gesamtergebnis nach Steuern		9.460	11.780
Vom Periodenergebnis entfallen auf			
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	35	-18	-2
Anteilseigner des Mutterunternehmens		9.398	12.075
Periodenergebnis		9.380	12.073
Vom Gesamtergebnis entfallen auf			
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	35	-20	-3
Anteilseigner des Mutterunternehmens		9.480	11.783
Gesamtergebnis nach Steuern		9.460	11.780
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	16	1,97 €	2,55 €
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)	16	1,99 €	2,48 €

- 54 Gesamtergebnisrechnung
 55 Bilanz
 56 Eigenkapitalveränderungsrechnung

Bilanz

T €	Anhang	31.12.2012	31.12.2011
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	33.717	29.511
Finanzielle Vermögenswerte	18	3.334	10.000
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	19	51.535	46.067
Vorräte	20	39.386	38.382
Forderungen aus Ertragsteuern		1.255	433
Derivative Finanzinstrumente	21	12	46
Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	22	4.638	7.183
Summe kurzfristige Vermögenswerte		133.877	131.622
Langfristige Vermögenswerte			
Finanzielle Vermögenswerte	23	5	5
Sachanlagevermögen	24	38.844	35.175
Immaterielle Vermögenswerte	25	19.489	20.398
Latente Steueransprüche	14	6.954	8.031
Forderungen aus Ertragsteuern	26	2.852	3.465
Sonstige langfristige Vermögenswerte	27	186	184
Summe langfristige Vermögenswerte		68.330	67.258
Summe Vermögenswerte		202.207	198.880
Kurzfristige Schulden			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten	28	44.949	46.910
Derivative Finanzinstrumente	21	389	585
Verbindlichkeiten aus Ertragsteuern		1.338	241
Rückstellungen	29	5.639	5.061
Sonstige kurzfristige Schulden		-	31
Summe kurzfristige Schulden		52.315	52.828
Langfristige Schulden			
Rückstellungen	29	2.527	2.524
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	30	42.928	42.274
Latente Steuerschulden	14	1.976	2.228
Sonstige langfristige Schulden		88	85
Summe langfristige Schulden		47.519	47.111
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	31	15.000	15.000
Kapitalrücklage	32	16.934	16.934
Eigene Anteile	33	-7.598	-7.813
Gewinnrücklagen	34	75.367	72.212
Sonstige Rücklagen	34	2.603	2.521
Anteile ohne beherrschenden Einfluss	35	67	87
Summe Eigenkapital		102.373	98.941
Summe Eigenkapital und Schulden		202.207	198.880

Eigenkapitalveränderungsrechnung

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

T €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Anteile	Gewinnrücklagen	Sonstige Rücklagen	Summe
Stand zum 1.1.2011	15.000	16.934	-7.685	74.364	2.813	101.426
Dividenden	-	-	-	-14.227	-	-14.227
Erwerb von eigenen Anteilen	-	-	-128	-	-	-128
Gesamtergebnis	-	-	-	12.075	-292	11.783
davon Periodenergebnis	-	-	-	12.075	-	12.075
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-93	-93
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	-199	-199
Stand zum 31.12.2011	15.000	16.934	-7.813	72.212	2.521	98.854
Dividenden	-	-	-	-6.170	-	-6.170
Ausgabe von eigenen Anteilen	-	-	215	-73	-	142
Gesamtergebnis	-	-	-	9.398	82	9.480
davon Periodenergebnis	-	-	-	9.398	-	9.398
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	106	106
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausl. Geschäftsbetriebe	-	-	-	-	232	232
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-	-	-	-	-256	-256
Stand zum 31.12.2012	15.000	16.934	-7.598	75.367	2.603	102.306

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

T €	Anteile Eigner Mutterunternehmen	Anteile ohne beherrschenden Einfluss	Summe Eigenkapital
Stand zum 1.1.2011	101.426	90	101.516
Dividenden	-14.227	-	-14.227
Erwerb von eigenen Anteilen	-128	-	-128
Gesamtergebnis	11.783	-3	11.780
davon Periodenergebnis	12.075	-2	12.073
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	-93	-1	-94
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	-199	-	-199
Stand zum 31.12.2011	98.854	87	98.941
Dividenden	-6.170	-	-6.170
Ausgabe von eigenen Anteilen	142	-	142
Gesamtergebnis	9.480	-20	9.460
davon Periodenergebnis	9.398	-18	9.380
davon Währungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	106	-2	104
davon Währungsumrechnung von Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	232	-	232
davon Nettoergebnis aus der Absicherung von Cashflows	-256	-	-256
Stand zum 31.12.2012	102.306	67	102.373

Kapitalflussrechnung

T €	Anhang	2012	2011
Periodenergebnis		9.380	12.073
Berichtigungen für			
Abschreibungen	4	6.658	6.808
Erträge aus Unternehmenszusammenschlüssen		–	-141
Veränderung der Rückstellungen		1.233	322
Ergebnis aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und sonstigen langfristigen Vermögenswerten		-721	81
Veränderung der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind		-6.776	1.761
Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind		-1.573	-8.061
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit		8.201	12.843
Erwerb von Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten		-9.751	-5.593
Einzahlungen aus der Veräußerung eines Unternehmensbereichs	22	4.000	–
Einzahlungen aus Finanziellen Vermögenswerten	18	6.744	10.000
Erlöse aus der Veräußerung von Sachanlagen und Sonstigen langfristigen Vermögenswerten		1.359	477
Cashflow aus Investitionstätigkeit		2.352	4.884
Gezahlte Dividenden an die Aktionäre der Muttergesellschaft	34	-6.170	-14.227
Veränderung Eigene Anteile	33	71	-128
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit		-6.099	-14.355
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	15	-248	-199
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten		4.206	3.173
Finanzmittelbestand am Anfang der Berichtsperiode		29.511	26.256
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode vor Unternehmenszusammenschlüssen		33.717	29.429
Finanzmittelbestand aus Unternehmenszusammenschlüssen		–	82
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	17	33.717	29.511
Gezahlte Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		-1.340	-1.602
Gezahlte Zinsen		–	-17
Erhaltene Zinsen		357	551

Segmentberichterstattung

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen 2012		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	177,7	46,5	224,2
Bruttoergebnis	Mio €	82,8	16,4	99,2
Deckungsbeitrag	Mio €	67,2	14,8	82,0
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt*	Mio €	9,0	4,0	13,0
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	10,2	4,0	14,2
Abschreibungen	Mio €	5,3	1,4	6,7
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		726	293	1.019

* bereinigt um einmaligen Sondereffekt in Höhe von 1,2 Mio € aus der Veräußerung von Vermögenswerten im Zusammenhang mit der Aufgabe eines Lizenzvertrages

Kennzahlen nach Unternehmensbereichen 2011		Marken- geschäft	Volumen- geschäft	Summe
Umsatzerlöse	Mio €	170,5	51,6	222,1
Bruttoergebnis	Mio €	76,6	18,8	95,4
Deckungsbeitrag	Mio €	61,6	17,1	78,7
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt**	Mio €	6,4	5,0	11,4
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	8,9	5,0	13,9
Abschreibungen	Mio €	5,6	1,2	6,8
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt		743	342	1.085

** bereinigt um einmaligen Sondereffekt in Höhe von 2,5 Mio € aus der Erlangung des beherrschenden Einflusses an der Leifheit CZ a.s.

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

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

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

Zwischen den beiden Segmenten Markengeschäft und Volumengeschäft existieren keine nichtkonsolidierten Transaktionen.

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

Anhang: Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Allgemeine Angaben

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

Der Konzernabschluss für das Jahr 2012 ist nach § 315a Abs. 1 HGB in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) formulierten International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der EU anzuwenden sind – erstellt worden. Alle für das Geschäftsjahr 2012 verpflichtend anzuwendenden International Accounting Standards (IAS) bzw. International Financial Reporting Standards (IFRS) und Auslegungen des IFRS Interpretation Committee (IFRIC und SIC) wurden berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden nach denselben Grundsätzen ermittelt.

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

Die Gesamtergebnisrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt worden.

Der Konzernabschluss wird dem Aufsichtsrat am 8. April 2013 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 den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitsgesellschaftern) zuzurechnende Eigenkapital und deren 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.

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

Für die Abschlüsse der Jahre 2012 und 2011 wurden dieselben Konsolidierungsmethoden angewendet.

Unternehmenszusammenschlüsse vor dem 1. Januar 2010:

Für Unternehmenserwerbe vor dem 1. Januar 2010 wird die Erwerbsmethode gemäß IFRS 3 rev. 2004 (Unternehmenszusammenschlüsse) angewendet. Alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden wurden mit ihrem beizulegenden Wert zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Anteile ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitenanteile) wurden zu deren Anteil an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt. Soweit die Anschaffungswerte der Beteiligungen den Konzernanteil am so ermittelten Nettovermögen der jeweiligen Gesellschaft überstiegen, entstanden 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. Passivische Unterschiedsbeträge wurden erfolgswirksam erfasst. Direkt dem Unternehmenserwerb zuordenbare Transaktionskosten stellten einen Teil der Anschaffungskosten dar.

Bedingte Kaufpreisverbindlichkeiten aus Unternehmenszusammenschlüssen, die vor dem 1. Januar 2010 stattfanden, wurden zum Zeitwert am Bilanzstichtag bilanziert. Die Anpassungen dieser Verbindlichkeiten werden weiterhin erfolgsneutral mit dem Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill) verrechnet. Verluste eines Tochterunternehmens wurden den Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitenanteile) nur insoweit zugeschrieben, als der Wert der Anteile nicht zu einem negativen Saldo führte. Der übersteigende Verlust wurde dem Mutterunternehmen zugeordnet.

Es erfolgt keine retrospektive Anpassung an die Regelungen für Unternehmenszusammenschlüsse gemäß IFRS 3 rev. 2008 (siehe unten). Jedoch werden künftige Verluste von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss entsprechend IFRS 3 rev. 2008 behandelt und können somit zu einem negativen Wert dieser Anteile führen. Bei einem Erwerb von Anteilen ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitenanteilen) wurde die Differenz zwischen dem Kaufpreis und dem Buchwert des anteilig erworbenen Nettovermögens als Geschäfts- oder Firmenwert erfasst.

Unternehmenszusammenschlüsse ab dem 1. Januar 2010:

Für Unternehmenserwerbe ab dem 1. Januar 2010 wird die Erwerbsmethode gemäß IFRS 3 rev. 2008 (Unternehmenszusammenschlüsse) angewendet. Alle identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden werden mit ihrem beizulegenden Wert zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Die Anschaffungskosten bemessen sich nunmehr als Summe aus übertragener Gegenleistung (bewertet zum Zeitwert im Erwerbszeitpunkt) und dem Wert der Anteile ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitenanteile). Die Anteile ohne beherrschenden Einfluss (Minderheitenanteile) werden dabei weiterhin zu deren Anteil an den beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte und Schulden angesetzt. Soweit die so ermittelten Anschaffungskosten der Beteiligungen den Konzernanteil am Nettovermögen der jeweiligen Gesellschaft übersteigen, entstehen zu aktivierende Geschäfts- oder Firmenwerte (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. Passivische Unterschiedsbeträge werden erfolgswirksam erfasst. Im Rahmen des Unternehmenserwerbs anfallende Transaktionskosten werden erfolgswirksam als Verwaltungskosten ausgewiesen.

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

Konsolidierungskreis

Im vierten Quartal 2012 wurde die 100-prozentige Tochtergesellschaft Leifheit Polska Sp. z o.o. mit Sitz in Warschau (Polen) gegründet. Diese steuert den Vertrieb von Leifheit-Produkten in Polen.

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 2012 unmittelbar oder mittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte.

	Zeitpunkt der Erstkonsolidierung	Kapital- und Stimmrechtsanteile 2012 in %
Leifheit Espana S.A., Madrid (E)	1.1.1989	100,0
Leifheit s.r.o., Blatná (CZ)	1.1.1995	100,0
Leifheit International U.S.A. Inc., 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
Leifheit France S.A.S., Paris (F)	23.11.2009	100,0
Leifheit CZ a.s., Dobroviz (CZ)**	1.12.2011	71,0
Leifheit Polska Sp. z o.o., Warschau (PL)	11.10.2012	100,0

* mittelbare Beteiligung über Leifheit France S.A.S.
 ** nach IFRS 3 zu 100 Prozent bilanziert, aufgrund der Regelungen zum Erwerb der ausstehenden Anteile

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 eigenkapitalersetzendem Charakter) in eine selbstständige ausländische Teileinheit anzusehen sind.

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

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

- 58 Segmentberichterstattung
 59 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
 69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

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

Basis: 1 €	Mittelkurs am Bilanzstichtag		Jahresdurchschnittskurs	
	31.12.2012	31.12.2011	2012	2011
CZK	25,12	25,81	25,23	24,54
USD	1,32	1,29	1,29	1,40

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. Strukturierte Geldmarktinstrumente werden aufgrund eingebetteter Derivate entsprechend IAS 39.11 A mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet.

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

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

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

Die Abschreibung erfolgt linear, entsprechend der voraussichtlichen wirtschaftlichen Nutzungsdauer:

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

Leasing

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

Ist der Eigentumsübergang auf Leifheit am Ende der Laufzeit des Leasingverhältnisses nicht hinreichend sicher, so werden die aktivierten Leasingobjekte über den kürzeren der beiden Zeiträume 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 drei 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 als Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer eingestuft, da eine zeitliche Begrenzung des Zeitraums, über den der Vermögenswert für das Unternehmen Mittelzuflüsse generieren wird, nicht feststellbar ist. Die Marken werden gemäß IAS 36 einem jährlichen Werthaltigkeitstest unterzogen und bei Bedarf auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben.

Geschäfts- oder Firmenwert

Der Überschuss der Anschaffungskosten eines Unternehmenserwerbs über den zum Erwerbszeitpunkt erworbenen Anteil an den Zeitwerten der identifizierbaren Vermögenswerte und Schulden wird als Geschäfts- oder Firmenwert bezeichnet und als 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 der der Geschäftswert für die interne Unternehmenssteuerung überwacht wird.

Wertminderung von Sachanlagen und Immateriellen Vermögenswerten

Sachanlagen und Immaterielle Vermögenswerte werden auf eine Wertminderung hin überprüft, wenn Sachverhalte oder Änderungen der Umstände darauf hindeuten, dass der Buchwert eines Vermögenswerts nicht erzielbar sein könnte (IAS 36). Sobald der Buchwert eines Vermögenswerts seinen erzielbaren Betrag übersteigt, wird eine Wertminderung ergebniswirksam erfasst. Der erzielbare Betrag ist der höhere Betrag aus Nettoveräußerungspreis und Nutzungswert eines Vermögenswerts. Der Nettoveräußerungspreis ist der aus einem Verkauf eines Vermögenswerts zu marktüblichen Bedingungen erzielbare Betrag (beizulegender Zeitwert) abzüglich der Veräußerungskosten. Der Nutzungswert ist der Barwert der geschätzten künftigen Cashflows, die aus der fortgesetzten Nutzung eines Vermögenswerts und seinem Abgang am Ende der Nutzungsdauer erwartet werden. Der erzielbare Betrag wird für jeden Vermögenswert einzeln oder, falls dies nicht möglich ist, für die zahlungsmittelgenerierende Einheit, zu der der Vermögenswert gehört, ermittelt.

Forschungs- und Entwicklungskosten

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

Entwicklungskosten sind gemäß IAS 38 grundsätzlich zu aktivieren, soweit eine eindeutige Aufwandszuordnung möglich und sowohl die technische Realisierbarkeit als auch die Vermarktung der neu entwickelten Produkte sichergestellt ist. Die Entwicklungstätigkeit muss ferner mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zu künftigen Finanzmittelzuflüssen führen. Leifheit hat kleinere Forschungs- und Entwicklungsprojekte, die mit der Weiterentwicklung bestehender Produkte bzw. Teilen von Produkten befasst sind, deren Betrachtung hinsichtlich zu aktivierender Entwicklungskosten aufgrund von Wesentlichkeit unterbleibt. Bei größeren Forschungs- und Entwicklungsprojekten ist der Zeitpunkt, ab dem feststeht, ob ein künftiger Nutzen aus dem potenziellen Produkt erzielt wird, sehr spät in der gesamten Projektphase, sodass die der Entwicklung beizumessenden Kosten unwesentlich sind und wie die Forschungskosten aufwandswirksam erfasst werden.

Latente Steuern

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

- 58 Segmentberichterstattung
- 59 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
- 69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

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

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

Latente Steuern werden in gesonderten Positionen der Bilanz ausgewiesen.

Rückstellungen

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

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

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

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

Anteilsbasierte Vergütung

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

Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer/Pensionsrückstellungen

Die versicherungsmathematische Bewertung der aus den 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 z. B. 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.

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

Finanzielle Vermögenswerte und Finanzielle Verbindlichkeiten

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

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

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

Kredite und Forderungen

Kredite und Forderungen sind nicht derivative Finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbaren 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

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

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

Derivate Finanzinstrumente

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

Zum Zwecke der Bilanzierung werden die Sicherungsinstrumente wie folgt unterschieden:

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

Dabei werden zu Beginn der Absicherung sowohl die Sicherungsbeziehung als auch die Risikomanagementzielsetzungen und -strategien des Konzerns im Hinblick auf die Absicherung formal festgelegt und dokumentiert. Die Dokumentation enthält die Festlegung des Sicherungsinstruments, des Grundgeschäfts oder der abgesicherten Transaktion sowie die Art des abgesicherten Risikos und eine Beschreibung, wie das Unternehmen die Wirksamkeit der Änderungen des beizulegenden Zeitwerts des Sicherungsinstruments bei der Kompensation der Risiken aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts oder der Cashflows des gesicherten Grundgeschäfts ermittelt, die sich auf das abgesicherte Risiko zurückführen lassen. Derartige Sicherungsbeziehungen werden hinsichtlich der Erreichung einer Kompensation der Risiken aus Änderungen des beizulegenden Zeitwerts oder der Cashflows als in hohem Maße wirksam eingeschätzt. Sie werden fortlaufend dahingehend beurteilt, ob sie tatsächlich während der gesamten Berichtsperiode hoch wirksam waren, für die die Sicherungsbeziehung definiert wurde.

Bei Sicherungsgeschäften, die die strengen Kriterien für die Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen erfüllen (Absicherung von Cashflows/Cashflow Hedges), wird der unwirksame Teil des Gewinns oder Verlusts aus dem Sicherungsinstrument sofort erfolgswirksam im Fremdwährungsergebnis erfasst. Hingegen wird der wirksame Teil im sonstigen Ergebnis (Ergebnisneutrale Bestandteile des Gesamtergebnisses nach Steuern) in der Rücklage zur Absicherung von Cashflows erfasst. Die im sonstigen Ergebnis erfassten Beträge werden bei Zugang der abgesicherten Waren als Teil der Anschaffungskosten umgebucht. Eine ergebnistechnische Erfassung erfolgt bei Abgang der Vorräte über die Buchung des Materialeinsatzes.

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

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

Wertminderungen von Finanziellen Vermögenswerten

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

- 58 Segmentberichterstattung
- 59 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
- 69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

Ausbuchung Finanzieller Vermögenswerte und Finanzieller Verbindlichkeiten

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

Ertrags- und Aufwandserfassung

Die Erfassung von Umsatzerlösen 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 stattgefunden hat.

In den Kosten der Umsatzerlöse sind die zur Erzielung der Umsatzerlöse angefallenen Kosten und die Estandskosten 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.

Zinserträge und -aufwendungen werden periodengerecht abgegrenzt.

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

Fremdkapitalkosten

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

Eventualschulden und -forderungen

Eventualschulden werden im Abschluss nicht angesetzt. Sie werden im Anhang angegeben, außer wenn die Möglichkeit eines Abflusses von Ressourcen mit wirtschaftlichem Nutzen sehr unwahrscheinlich ist. Eventualforderungen werden im Abschluss 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 Immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen getroffenen wichtigsten Annahmen und Schätzungen werden unter Erläuterung 25, die Annahmen und Schätzungen im Zusammenhang mit der Bilanzierung der Pensionsverpflichtungen unter Erläuterung 30 und die Annahmen und Schätzungen im Zusammenhang mit der Bilanzierung der latenten Steueransprüche unter Erläuterung 14 dargestellt.

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

Ab 2012 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.

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

Die Änderung von IFRS 7 wurde im Oktober 2010 veröffentlicht und war 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 hat den Umfang der Angaben zu Finanzinstrumenten weiter ausgedehnt. Sie hat jedoch keine Auswirkungen auf den Ansatz und die Bewertung von Vermögenswerten und Schulden im Konzernabschluss gehabt.

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 2012 noch nicht verpflichtend anzuwenden waren. Der Konzern wendet diese Standards und Interpretationen nicht vorzeitig an.

Änderung von IAS 32 und IFRS 7 – Saldierung von Finanziellen Vermögenswerten und Finanziellen Schulden

Die Änderung von IAS 32 und IFRS 7 wurde im Dezember 2011 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2014 resp. 1. Januar 2013 beginnt. Mit der Änderung sollen bestehende Inkonsistenzen über eine Ergänzung der Anwendungsleitlinien beseitigt werden. Die bestehenden grundlegenden Bestimmungen zur Saldierung von Finanzinstrumenten werden jedoch beibehalten. Mit der Änderung werden darüber hinaus ergänzende Angaben definiert. Die Änderung wird keine Auswirkungen auf die vom Konzern angewandten Rechnungslegungsmethoden haben, jedoch weitere Angaben nach sich ziehen.

IFRS 10 Konzernabschlüsse

IFRS 10 wurde im Mai 2011 veröffentlicht und ist in der EU erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnt. Der neue Standard ersetzt die Bestimmungen des bisherigen IAS 27 Konzern- und Einzelabschlüsse zur Konzernrechnungslegung und die Interpretation SIC-12 Konsolidierung – Zweckgesellschaften. IFRS 10 begründet ein einheitliches Beherrschungskonzept, welches auf alle Unternehmen einschließlich der Zweckgesellschaften Anwendung findet. Im Juni 2012 wurden zudem die überarbeiteten Übergangsrichtlinien zu IFRS 10–12 veröffentlicht, die die Erstanwendung der neuen Standards erleichtern sollen.

Die mit IFRS 10 eingeführten Änderungen erfordern gegenüber der bisherigen Rechtslage eine erhebliche Ermessensausübung des Managements bei der Beurteilung der Frage, über welche Unternehmen im Konzern Beherrschung ausgeübt wird und ob diese daher im Wege der Vollkonsolidierung künftig in den Konzernabschluss einzubeziehen sind.

IFRS 12 Angaben über Beteiligungen an anderen Unternehmen

IFRS 12 wurde im Mai 2011 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2014 beginnt. Der Standard regelt einheitlich die Angabepflichten für den Bereich der Konzernrechnungslegung und konsolidiert die Angaben für Tochterunternehmen, die bislang in IAS 27 geregelt waren, die Angaben für gemeinschaftlich geführte und assoziierte Unternehmen, welche sich bislang in IAS 31 bzw. IAS 28 befanden, sowie für strukturierte Unternehmen. Da der neue Standard neben den zuvor bestandenen Erläuterungspflichten neue Angabeerfordernisse formuliert, werden die Konzernangaben zu diesem Unternehmenskreis künftig umfassender sein.

IFRS 13 Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts

IFRS 13 wurde im Mai 2011 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnt. Der Standard legt Richtlinien für die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts fest und definiert umfassende quantitative und qualitative Angaben über die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert. Nicht zum Regelungsbezug des Standards gehört dagegen die Frage, wann Vermögenswerte und Schulden zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden müssen oder können. IFRS 13 definiert den beizulegenden Zeitwert als den Preis, den eine Partei in einer regulären Transaktion zwischen Marktteilnehmern am Bewertungsstichtag für den Verkauf eines Vermögenswerts erhalten oder für die Übertragung einer Verbindlichkeit zahlen würde. Basierend auf der derzeitigen Analyse werden für den Konzern keine wesentlichen Auswirkungen auf die Wertansätze der zum Fair Value bilanzierten Vermögenswerte und Schulden erwartet.

Änderung von IAS 1 – Darstellung von Bestandteilen des sonstigen Ergebnisses

Die Änderung von IAS 1 wurde im Juni 2011 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Juli 2012 beginnt. Die Änderung des IAS 1 betrifft die Darstellung der Bestandteile des sonstigen Ergebnisses. Dabei sind Bestandteile, für die künftig eine erfolgswirksame Umgliederung vorgesehen ist (sog. Recycling), gesondert von Bestandteilen, die im Eigenkapital verbleiben, darzustellen. Diese Änderung betrifft allein die Darstellungsweise im Abschluss und hat daher keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Änderung von IAS 12 – Latente Steuern: Realisierung zugrunde liegender Vermögenswerte

Die Änderung von IAS 12 wurde im Dezember 2010 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnt. Mit der Änderung des IAS 12 wird eine Vereinfachungsregelung eingeführt. Demnach wird (widerlegbar) vermutet, dass für die Bemessung der latenten Steuern bei Immobilien, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, grundsätzlich eine Realisierung des Buchwerts durch Veräußerung ausschlaggebend ist. Bei den nicht-abnutzbaren Sachanlagen, die nach dem Neubewertungsmodell bewertet werden, soll stets von einer Veräußerung ausgegangen werden.

- 58 Segmentberichterstattung
- 59 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
- 69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

Im deutschen Rechtskreis werden aus der Anwendung dieser Änderung erwartungsgemäß keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns resultieren.

IAS 19 Leistungen an Arbeitnehmer (überarbeitet 2011)

Der überarbeitete Standard IAS 19 wurde im Juni 2011 veröffentlicht und ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnt. Die vorgenommenen Anpassungen reichen von grundlegenden Änderungen, bspw. betreffend die Ermittlung von erwarteten Erträgen aus dem Planvermögen und die Aufhebung der Korridormethode, welche der Verteilung bzw. der Glättung von aus den Pensionsverpflichtungen resultierender Volatilität im Zeitablauf diene, bis zu bloßen Klarstellungen und Umformulierungen.

Der Rückstellungsbetrag wird künftig den Verpflichtungsumfang in voller Höhe widerspiegeln, die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden nicht mehr anteilig erfolgswirksam, sondern vollständig in der Periode ihres Entstehens im sonstigen Ergebnis erfasst. Auswirkungen ergeben sich ferner hinsichtlich der Altersteilzeitvereinbarungen, da nach der Neuregelung die Aufstockungsbeträge nicht mehr als Abfindung, sondern vielmehr als Vergütung der laufenden Tätigkeit angesehen werden. Insofern ist eine Rückstellung zukünftig erst ratierlich und nicht wie bisher bereits bei Vertragsabschluss zu bilden. Zum 31. Dezember 2012 betrug die erfolgsneutrale Anpassung verpflichtungserhöhend 13,2 Mio €. Die Umsetzung anderer durch den überarbeiteten IAS 19 eingeführter Änderungen erfolgt im Abschluss des gesetzlich vorgesehenen Anwendungszeitpunkts. Die Änderungen werden voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen 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. 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 Dividenden erträge 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. IFRS 9 ist erstmals im Geschäftsjahr anzuwenden, das am oder nach dem 1. Januar 2015 beginnt.

Der Abschluss dieses Projekts wird im Jahr 2013 erwartet. Die Anwendung des ersten Teils der Phase I wird voraussichtlich 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 potenzieller Auswirkungen darzustellen, wird der Konzern die Auswirkung erst in Verbindung mit den anderen Phasen, sobald diese veröffentlicht sind, quantifizieren.

Standards oder Interpretationen, die keine Anwendung finden

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

- Änderung von IFRS 1 – Darlehen der öffentlichen Hand
- Änderung von IFRS 1 – Drastische Hyperinflation und Streichung der festen Daten für erstmalige Anwender
- Änderung von IFRS 10, IFRS 12 und IAS 27 – Investmentgesellschaften
- IFRS 11 Gemeinschaftliche Vereinbarungen
- IAS 27 Einzelabschlüsse (überarbeitet 2011)
- IAS 28 Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (überarbeitet 2011)
- Verbesserungen zu IFRS (2009-2011)
- IFRIC 20 Kosten der Abraumbeseitigung während des Abbaubetriebs im Tagebau

Unternehmenszusammenschlüsse

Im Berichtsjahr 2012 fanden keine Unternehmenszusammenschlüsse statt.

Ende November 2011 erwarb der Konzern weitere 20 Prozent der stimmberechtigten Aktien der zuvor at equity bilanzierten Leifheit CZ a.s. in Dobroviz, Tschechische Republik, und hält seither 71 Prozent der Anteile. Die Leifheit CZ a.s. vertreibt im Wesentlichen Produkte der Marken Leifheit und Soehnle in der Tschechischen Republik.

Aufgrund der mit dem Eigner der Anteile ohne beherrschenden Einfluss vereinbarten Regelungen zum Erwerb der restlichen ausstehenden Anteile an der Leifheit CZ a.s. wurde der Erwerb nach IFRS 3 so bilanziert, als ob er zu 100 Prozent zum Erwerbszeitpunkt 2011 erfolgt wäre.

Mit der Leifheit CZ a.s. gingen im Rahmen der Erstkonsolidierung im Geschäftsjahr 2011 Zahlungsmittel von 82 T € in die Konzernbilanz ein. Für den Erwerb der 20 Prozent der Anteile wurde kein Kaufpreis bezahlt.

T €	Beizulegender Zeitwert zum Erwerbs- zeitpunkt	Bisheriger Buchwert
Zahlungsmittel	82	82
Forderungen und sonstige Vermögenswerte	3.052	3.044
Vorräte	1.654	1.654
Anlagevermögen	390	–
Latente Steuern	197	197
	5.375	4.977
Verbindlichkeiten	4.622	4.622
Darlehen	1.140	1.140
Latente Steuern	76	–
Rückstellungen	184	184
	6.022	5.946
Reinvermögen	-647	-969
Geschäfts- oder Firmenwert	872	
Anschaffungskosten	225	

- 59 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung
73 Erläuterungen zur Bilanz

Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

(1) Umsatzerlöse

T € (nach Regionen)	2012	2011
Inland	96.135	96.629
Zentraleuropa	97.130	96.264
Osteuropa	18.781	14.720
Rest der Welt	12.145	14.496
	224.191	222.109

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

T € (nach Segmenten)	2012	2011
Markengeschäft	177.741	170.562
Volumengeschäft	46.450	51.547
	224.191	222.109

(2) Kosten der Umsatzerlöse

T €	2012	2011
Materialaufwand	95.730	95.358
Personalkosten	11.471	12.487
Bezogene Leistungen	5.254	5.626
Abschreibungen	3.226	3.617
IT-Kosten und sonstige Umlagen	1.702	1.528
Instandhaltung	1.418	1.155
Hilfs- und Betriebsstoffe	1.195	1.410
Energie	1.127	1.231
Wertberichtigungen auf Vorräte (Nettoveränderung)	-472	439
Mieten	344	331
Sonstige Kosten der Umsatzerlöse	3.997	3.481
	124.992	126.663

(3) Forschungs- und Entwicklungskosten

T €	2012	2011
Personalkosten	1.856	2.124
Gebühren und gekaufte Dienste	1.035	1.323
IT-Kosten und sonstige Umlagen	312	289
Abschreibungen	145	153
Sonstige Forschungs- und Entwicklungskosten	248	244
	3.596	4.133

(4) Abschreibungen

T €	2012	2011
Sachanlagen		
Kosten der Umsatzerlöse	3.215	3.607
Forschungs- und Entwicklungskosten	57	65
Vertriebskosten	997	731
Verwaltungskosten	169	117
IT-Kosten und sonstige Umlagen	804	824
	5.242	5.344
Immaterielle Vermögenswerte		
Kosten der Umsatzerlöse	11	10
Forschungs- und Entwicklungskosten	88	88
Vertriebskosten	628	689
Verwaltungskosten	59	55
IT-Kosten und sonstige Umlagen	630	622
	1.416	1.464
Abschreibungen gesamt	6.658	6.808

(5) Personalaufwand/Mitarbeiter

T €	2012	2011
Löhne und Gehälter	32.793	33.336
Sozialabgaben	8.446	7.927
Aufwendungen für Altersversorgung	604	726
	41.843	41.989
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	2012	2011
Deutschland	404	408
Tschechische Republik	377	419
Frankreich	174	183
Sonstige Länder	64	75
	1.019	1.085

(6) Vertriebskosten

T €	2012	2011
Personalkosten	18.155	17.838
Werbeaufwendungen	15.011	14.229
Ausgangsfrachten	11.142	10.362
Provisionen	5.416	5.747
IT-Kosten und sonstige Umlagen	5.282	4.588
Gebühren und gekaufte Dienste	4.605	3.701
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	2.462	2.321
Abschreibungen	1.625	1.420
Mieten	1.130	1.156
Verpackungsmaterialien	1.128	1.167
Instandhaltung	601	332
Vergütungen an Kunden	386	654
Lizenzgebühren	378	633
Aufwendungen aus Schadenersatzansprüchen	364	5
Büro- und sonstige Gemeinkosten	347	571
Allgemeine Betriebs- und Verwaltungskosten	312	427
Versicherungen	312	282
Post- und Telefonkosten	234	243
Sonstige Vertriebskosten	2.188	1.696
	71.078	67.372

(7) Verwaltungskosten

T €	2012	2011
Personalkosten	7.554	6.508
Gebühren und gekaufte Dienste	3.066	3.458
IT-Kosten und sonstige Umlagen	743	1.119
Kfz-, Reise- und Bewirtungskosten	492	429
Instandhaltung	349	327
Mieten	310	458
Post- und Telefonkosten	237	249
Abschreibungen	228	172
Büro- und sonstige Gemeinkosten	216	211
Allgemeine Betriebs- und Verwaltungskosten	130	151
Sonstige Verwaltungskosten	485	174
	13.810	13.256

(8) Sonstige betriebliche Erträge

T €	2012	2011
Erträge aus dem Verkauf von Vermögenswerten	2.435	-
Provisionserträge	668	677
Lizenerträge	208	152
Zuschreibungen auf Forderungen	-	2.503
Andere betriebliche Erträge (kleiner als 100 T €)	903	1.115
	4.214	4.447

(9) Sonstige betriebliche Aufwendungen

T €	2012	2011
Sonstige betriebliche Aufwendungen (kleiner als 100 T €)	421	831
	421	831

(10) Fremdwährungsergebnis

T €	2012	2011
Ertrag aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften	540	786
Effekt aus Fremdwährungsbewertung	-238	236
Realisierte Kursverluste	-633	-1.394
	-331	-372

Bei den Erträgen aus Änderungen der Zeitwerte von Devisentermingeschäften handelt es sich um Devisentermingeschäfte, für die kein Hedge Accounting angewendet wurde.

(11) Zinserträge

T €	2012	2011
Zinserträge aus Aufzinsungen von Forderungen	180	206
Zinserträge aus Finanzinstrumenten	390	633
	570	839

Bei den Zinserträgen aus Finanzinstrumenten handelt es sich um Zinserträge aus Guthaben bei Kreditinstituten sowie aus Geldanlagen in Form von Nullkuponanleihen und Schuldscheinen.

(12) Zinsaufwendungen

T €	2012	2011
Zinsaufwendungen aus Aufzinsungen von Pensionsverpflichtungen	2.242	2.230
Zinsaufwendungen aus Aufzinsungen von Verbindlichkeiten	310	146
	2.552	2.376

(13) Sonstiges Finanzergebnis

T €	2012	2011
Aufwand aus Änderungen der Zeitwerte von nicht operativen Devisentermingeschäften	23	-540
Zuschreibung auf Beteiligungen und Ausleihungen	-	391
Sonstiges	-21	-
	2	-149

- 59 Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden
 69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung
 73 Erläuterungen zur Bilanz

(14) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

T €	2012	2011
Körperschaftsteuer (Deutschland)	493	658
Gewerbesteuer (Deutschland)	275	395
Ausländische Ertragsteuer	1.224	1.787
Latente Ertragsteuer	825	-2.670
	2.817	170

T €	2012	2011
Periodenfremder tatsächlicher Ertragsteuerertrag/-aufwand	-335	475
Latente Steuern aus temporären Unterschieden und steuerlichen Verlustvorträgen	825	-2.670
Tatsächlicher Steueraufwand	2.327	2.365
Steuerliche Belastung	2.817	170

Der in Deutschland auf die Leifheit AG anzuwendende Steuersatz für Körperschafts- und Gewerbeertragsteuer 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 €	2012	2011
Ergebnis vor Ertragsteuern	12.197	12.243
Steueraufwand bei Zugrundelegung des für die Muttergesellschaft geltenden Steuersatzes	3.415	3.428
Periodenfremder tatsächlicher Ertragsteuerertrag/-aufwand	-335	475
Unterschiedliche ausländische Steuersätze	282	377
Anpassung des Ansatzes aktiver latenter Steuern aus Verlustvorträgen	-802	-3.082
Steuerlich nicht wirksame Verluste von Konzerngesellschaften	168	-
Steuerlich nicht wirksame Aufwendungen/ Erträge von Konzerngesellschaften	28	-172
Rückwirkende Nutzung Verlustvorträge	-	-701
Sonstiges	61	-155
Steuerliche Belastung	2.817	170

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

T €	2012	2011
Unterschiedliche Abschreibungsdauern im Anlagevermögen	-141	-25
Bewertung von Vorräten	184	-68
Bewertung von Forderungen und Vermögenswerten	35	1
Bewertung von Pensionen	-148	-423
Bewertung von Rückstellungen für Altersteilzeit	18	30
Unterschiedliche Ansatzvorschriften für sonstige Rückstellungen	33	-171
Bewertung von Verbindlichkeiten	132	-230
Sonstige zeitliche Unterschiede	20	2
Steuerliche Verlustvorträge	692	-2.010
Währungseffekte	-10	110
Erfassung erfolgsneutral in der Umrechnungsrücklage	10	114
Latente Ertragsteuern	825	-2.670

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge werden nur gebildet, soweit ihre Nutzung in einem Fünfjahreszeitraum zu erwarten ist. Es wird davon ausgegangen, dass die steuerlichen Verlustvorträge der Leifheit AG auch bei einem möglichen Gesellschafterwechsel aufgrund der Anwendung der sogenannten Stille-Reserven-Klausel des § 8c Abs. 1 KStG zukünftig erhalten bleiben.

Auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 13.978 T € (2011: 14.808 T €) und auf gewerbesteuerliche Verlustvorträge von 10.085 T € (2011: 15.045 T €) wurden keine aktiven latenten Steuern gebildet, weil davon ausgegangen wird, dass die steuerlichen Verlustvorträge nicht mit überwiegender Wahrscheinlichkeit in den kommenden fünf Jahren in Anspruch genommen werden können. Die steuerlichen Verlustvorträge in Deutschland (12.050 T € aus Körperschaftsteuer sowie 10.085 T € aus Gewerbesteuer), Belgien (349 T € aus Körperschaftsteuer) und Rumänien (20 T € aus Körperschaftsteuer) haben eine unbegrenzte Nutzungsdauer. Die Nutzungsdauer in Spanien (649 T € aus Körperschaftsteuer) beträgt 18 Jahre und in der Tschechischen Republik (910 T € aus Körperschaftsteuer) 5 Jahre.

Die temporären Differenzen im Zusammenhang mit Anteilen an Tochterunternehmen, für die keine latenten Steuern bilanziert werden, belaufen sich auf -169 T € (2011: -104 T €).

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

T €	31.12.2012		31.12.2011	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Unterschiedliche Abschreibungsdauern im Anlagevermögen	419	3.118	410	3.250
Bewertung von Vorräten	396	16	581	17
Bewertung von Forderungen und Vermögenswerten	1	817	3	784
Bewertung von Pensionen	3.358	–	3.279	69
Bewertung von Rückstellungen für Altersteilzeit	12	–	30	–
Unterschiedliche Ansatzvorschriften für sonstige Rückstellungen	482	49	473	7
Bewertung von Verbindlichkeiten	220	15	354	17
Sonstige zeitliche Unterschiede	50	–	70	–
Steuerliche Verlustvorträge	4.055	–	4.747	–
Bruttowert	8.993	4.015	9.947	4.144
Saldierung	2.039	2.039	1.916	1.916
Bilanzansatz	6.954	1.976	8.031	2.228

(15) Ergebnisneutrale Bestandteile des Gesamtergebnisses nach Steuern

Der ergebnisneutrale Bestandteil des Gesamtergebnisses setzt sich zusammen aus der Währungsumrechnung nicht in der Konzernwährung aufgestellter Abschlüsse von Tochterunternehmen und Niederlassungen in Höhe von 104 T € (2011: -94 T €) und aus Währungsdifferenzen nach Steuern aus eigenkapitalersetzenden Darlehen in Fremdwährung an Tochtergesellschaften in Höhe von 232 T € (2011: -199 T €) sowie aus Cashflow Hedges in Höhe von -256 T € (2011: 0 T €). Die ergebnisneutralen Steuereffekte hierin betragen 10 T € (2011: 114 T €).

(16) Ergebnis je Aktie

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.

		2012	2011
Ausgegebene Aktien	T Stück	5.000	5.000
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der eigenen Aktien	T Stück	240	258
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.760	4.742
		2012	2011
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Periodenergebnis	T €	9.398	12.075
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.760	4.742
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Periodenergebnis (unverwässert und verwässert)	€	1,97	2,55
		2012	2011
Auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallendes Gesamtergebnis nach Steuern	T €	9.480	11.783
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der Stückaktien	T Stück	4.760	4.742
Ergebnis je Aktie auf Grundlage Gesamtergebnis nach Steuern (unverwässert und verwässert)	€	1,99	2,48

Erläuterungen zur Bilanz

(17) Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

T €	31.12.2012	31.12.2011
Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestand	21.738	29.511
Strukturierte Geldmarktinstrumente	11.979	-
	33.717	29.511

Die Guthaben bei Kreditinstituten und Kassenbestände wurden zum jeweils beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Buchwert entspricht jeweils dem beizulegenden Zeitwert.

Die Geldmarktinstrumente enthalten ein strukturiertes Geldmarktinstrument, das hinsichtlich seiner Verzinsung, seiner Laufzeit und/oder seiner Rückzahlung besondere Ausstattungsmerkmale aufweist. Es handelt sich um eine Festgeldanlage mit einem Nominalbetrag von 12.000 T € und einem Zinssatz von 2,0 Prozent pro Jahr. Die Rückzahlung erfolgt am 13. März 2013 in US-Dollar, sofern der Referenzkurs am 11. März 2013 auf oder oberhalb von 1,33 USD/€ notiert. Die Bewertung erfolgt zum beizulegenden Zeitwert unter Anwendung der Fair Value Option. Der beizulegende Zeitwert wurde anhand des Garman-Kohlhagen-Standardmodells – unter Zugrundelegung des Terminkurses (1,3002), des EZB-Fixing (1,3194 €/USD), des EUR-Zinssatzes (0,06 Prozent) sowie des USD-Zinssatzes (0,25 Prozent) – ermittelt.

(18) Finanzielle Vermögenswerte (kurzfristig)

Bei den kurzfristigen Finanziellen Vermögenswerten handelt es sich um eine Geldanlage in Form einer Nullkuponanleihe in Höhe von 3.334 T €, die zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinismethode bewertet wurde. Die Nullkuponanleihe hat eine Laufzeit bis zum 31. Mai 2013. Der Zinssatz beträgt 2,16 Prozent pro Jahr. Beim Vorjahresausweis handelte es sich um Geldanlagen in Form von zwei Schuldscheinen in Höhe von insgesamt 10.000 T €.

Die beizulegenden Zeitwerte der Nullkuponanleihe sowie der Schuldscheine entsprachen aufgrund der Kurzfristigkeit und der Verzinsung nahe dem Marktzins in etwa dem Buchwert.

(19) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

T €	31.12.2012	31.12.2011
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	48.837	43.129
Wechselforderungen aus Lieferungen und Leistungen	2.698	2.938
	51.535	46.067

Zum 31. Dezember 2012 waren 35.590 T € über Warenkreditversicherungen abgesichert (2011: 28.996 T €). Der Selbstbehalt beträgt in der Regel 10 Prozent. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 2.958 T € (2011: 3.414 T €) waren wertgemindert.

Entwicklung des Wertberichtigungskontos der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen:

T €	2012	2011
Stand 1.1.	3.414	6.806
Währungsdifferenzen	2	-1
Aufwandswirksame Zuführungen	1.293	2.552
Verbrauch	1.103	2.476
Auflösung	648	3.467
Stand 31.12.	2.958	3.414

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

T €	2012	2011
Weder überfällig noch wertgemindert	49.949	44.139
Überfällig, aber nicht wertgemindert		
1 bis 30 Tage	656	1.207
31 bis 60 Tage	372	281
61 bis 90 Tage	156	77
91 bis 120 Tage	-114	42
Über 120 Tage	-34	-549
Gesamt überfällig, aber nicht wertgemindert	1.036	1.058
Einzelwertberichtigte Forderungen (brutto)	3.508	4.284
Wertberichtigung	-2.958	-3.414
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	51.535	46.067

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

(20) Vorräte

T €	31.12.2012	31.12.2011
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	5.700	5.835
Unfertige Erzeugnisse	1.256	1.392
Fertige Erzeugnisse und Handelswaren	32.430	31.155
	39.386	38.382

T €	31.12.2012	31.12.2011
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	360	96
Nicht wertberichtigte Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	5.340	5.739
Summe Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	5.700	5.835
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete unfertige Erzeugnisse	604	769
Nicht wertberichtigte unfertige Erzeugnisse	652	623
Summe unfertige Erzeugnisse	1.256	1.392
Zum beizulegenden Zeitwert bewertete fertige Erzeugnisse und Handelswaren	3.912	6.394
Nicht wertberichtigte fertige Erzeugnisse und Handelswaren	28.518	24.761
Summe fertige Erzeugnisse und Handelswaren	32.430	31.155

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

(21) Derivative Finanzinstrumente

Bei den derivativen Finanzinstrumenten handelt es sich um zum beizulegenden Zeitwert bewertete Devisentermingeschäfte für Käufe bzw. Verkäufe von US-Dollar und von Tschechischen Kronen.

Zum Bilanzstichtag 2012 bestanden folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Nominalwert
Kauf USD/€	29,9 Mio €	39,0 Mio USD	29,6 Mio €
Verkauf USD/€	7,0 Mio €	9,0 Mio USD	7,0 Mio €

Im Vorjahr bestanden folgende Verpflichtungen aufgrund von Devisentermingeschäften zur Wechselkursabsicherung:

	Wert der Verpflichtung	Fremdwährung	Nominalwert
Kauf USD/€	15,5 Mio €	20,0 Mio USD	15,4 Mio €
Verkauf USD/€	14,9 Mio €	20,0 Mio USD	15,4 Mio €
Verkauf CZK/€	0,7 Mio €	16,5 Mio CZK	0,6 Mio €

Die Devisentermingeschäfte zum 31. Dezember 2012 hatten eine Laufzeit von:

	kleiner 1 Jahr	1 bis 2 Jahren
Kauf USD/€	24,0 Mio USD	15,0 Mio USD
Verkauf USD/€	9,0 Mio USD	0,0 Mio USD

Die zum 31. Dezember 2011 bestanden Devisentermingeschäfte hatten alle eine Laufzeit von unter einem Jahr.

(22) Sonstige kurzfristige Vermögenswerte

T €	31.12.2012	31.12.2011
Kaufpreisforderungen	1.839	4.000
Forderungen aus Umsatzsteuer	1.105	1.142
Debitorische Kreditoren	287	754
Kurzfristige aktive Rechnungsabgrenzung	274	473
Forderungen gegenüber Kreditinstituten	272	-
Lieferantenboni	338	194
Andere kurzfristige Vermögenswerte (kleiner als 100 T €)	523	620
	4.638	7.183

(23) Finanzielle Vermögenswerte (langfristig)

T €	Beteiligungen	Sonstige Finanzanlagen	Summe
Anschaffungskosten			
Stand 1.1.2011	175	555	730
Zugänge	-	-	-
Abgänge	175	550	725
Stand 31.12.2011	-	5	5
Zugänge	-	-	-
Abgänge	-	-	-
Stand 31.12.2012	-	5	5
Aufgelaufene Abschreibungen			
Stand 1.1.2011	118	550	668
Zuführungen	-	-	-
Abgänge	118	550	668
Stand 31.12.2011	-	-	-
Zuführungen	-	-	-
Abgänge	-	-	-
Stand 31.12.2012	-	-	-
Nettobuchwerte			
Stand 1.1.2011	57	5	62
Stand 31.12.2011	-	5	5
Stand 31.12.2012	-	5	5

69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

73 Erläuterungen zur Bilanz

86 Organe der Leifheit AG

(24) 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 1.1.2011	51.635	38.737	40.963	611	131.946
Währungsdifferenzen	-268	-277	-30	-11	-586
Zugänge	331	692	1.629	2.708	5.360
Abgänge	117	3.634	1.821	405	5.977
Umbuchungen	94	1.208	128	-1.430	-
Stand 31.12.2011	51.675	36.726	40.869	1.473	130.743
Währungsdifferenzen	294	329	26	16	665
Zugänge	306	276	3.801	4.904	9.287
Abgänge	4	1.047	1.223	511	2.785
Umbuchungen	2.363	2.081	529	-5.004	-31
Stand 31.12.2012	54.634	38.365	44.002	878	137.879
Aufgelaufene Abschreibungen					
Stand 1.1.2011	27.530	33.483	35.090	-	96.103
Währungsdifferenzen	-127	-261	-14	-	-402
Zuführungen	1.349	1.942	2.053	-	5.344
Abgänge	116	3.595	1.766	-	5.477
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2011	28.636	31.569	35.363	-	95.568
Währungsdifferenzen	126	239	7	-	372
Zuführungen	1.361	1.904	1.925	52	5.242
Abgänge	3	1.047	1.097	-	2.147
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2012	30.120	32.665	36.198	52	99.035
Nettobuchwerte					
Stand 1.1.2011	24.105	5.254	5.873	611	35.843
Stand 31.12.2011	23.039	5.157	5.506	1.473	35.175
Stand 31.12.2012	24.514	5.700	7.804	826	38.844

Die Zuführungen zu den Abschreibungen des Sachanlagevermögens beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen für nicht mehr genutzte Werkzeuge sowie Betriebs- und Geschäftsausstattungen in Höhe von 88 T € (2011: 156 T €).

Vom Sachanlagevermögen zum Bilanzstichtag in Höhe von 38.844 T € (2011: 35.175 T €) befanden sich in Deutschland 18.063 T € (2011: 17.796 T €), in der Tschechischen Republik 13.626 T € (2011: 10.882 T €), in Frankreich 5.924 T € (2011: 6.248 T €) und in sonstigen Ländern 1.231 T € (2011: 249 T €).

(25) Immaterielle Vermögenswerte

T €	Markenrechte	Geschäfts- oder Firmenwert (Goodwill)	Sonstige Immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Anschaffungs- und Herstellungskosten					
Stand 1.1.2011	7.251	10.949	16.847	66	35.113
Währungsdifferenzen	-	-	-2	-	-2
Zugänge	-	-	122	110	232
Abgänge	-	-	77	-	77
Zugänge aus Unternehmenszusammenschlüssen	-	872	390	-	1.262
Umbuchungen	-	-	66	-66	-
Stand 31.12.2011	7.251	11.821	17.346	110	36.528
Währungsdifferenzen	-	-	15	-	15
Zugänge	-	-	360	104	464
Abgänge	-	-	70	-	70
Umbuchungen	-	-	141	-110	31
Stand 31.12.2012	7.251	11.821	17.792	104	36.968
Aufgelaufene Abschreibungen					
Stand 1.1.2011	2.446	-	12.296	-	14.742
Währungsdifferenzen	-	-	-	-	-
Zuführungen	1	-	1.463	-	1.464
Abgänge	-	-	76	-	76
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2011	2.447	-	13.683	-	16.130
Währungsdifferenzen	-	-	2	-	2
Zuführungen	-	-	1.416	-	1.416
Abgänge	-	-	69	-	69
Umbuchungen	-	-	-	-	-
Stand 31.12.2012	2.447	-	15.032	-	17.479
Nettobuchwerte					
Stand 1.1.2011	4.805	10.949	4.551	66	20.371
Stand 31.12.2011	4.804	11.821	3.663	110	20.398
Stand 31.12.2012	4.804	11.821	2.760	104	19.489

Die Zuführungen zu den Abschreibungen der Immateriellen Vermögenswerte beinhalteten wie im Vorjahr keine außerplanmäßige Abschreibung.

Die verbleibende Abschreibungsdauer wesentlicher Sonstiger Immaterieller Vermögenswerte beträgt:

Von den Immateriellen Vermögenswerten zum Bilanzstichtag in Höhe von 19.489 T € (2011: 20.398 T €) befanden sich in Deutschland 7.913 T € (2011: 8.244 T €), in der Tschechischen Republik 1.282 T € (2011: 1.309 T €), in Frankreich 10.282 T € (2011: 10.833 T €) und in sonstigen Ländern 12 T € (2011: 12 T €).

- ERP Software der Leifheit AG 2,5 Jahre
- Kundenstamm der Leifheit CZ a.s. 8 Jahre
- Kundenstamm der Herby Industrie S.A.S. 1 Jahr

Werthaltigkeitstest der Immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen

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

- „Leifheit“
- „Birambeau“
- „Herby“

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

Zur Ermittlung des erzielbaren Betrags der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit wird der höhere Wert aus dem Nutzungswert (Value in Use) und dem beizulegenden Zeitwert abzüglich Verkaufskosten (Fair Value less Costs to Sell) unter Verwendung von Cashflow-Prognosen ermittelt. Hierbei werden Annahmen über die künftigen Umsatz- und Kostenentwicklungen auf Basis des Budgets 2013, das für die nächsten zwei Jahre im Rahmen einer Mittelfristplanung 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“ wurden Umsatzsteigerungen auf Basis der international ausgerichteten Vertriebsstrategie „Leifheit GO!“ von jährlich zirka 5 Prozent bei entsprechender Ergebnissteigerung aufgrund von Margensteigerungen und Effizienzverbesserung der Strukturen, Produktions- und Logistikprozesse 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 6,0 Prozent (2011: 6,6 Prozent), wobei ein risikofreier Zinssatz von 2,3 Prozent (2011: 3,5 Prozent), eine

Marktrisikoprämie von 6,0 Prozent (2011: 5,0 Prozent) und ein Beta-Faktor von 0,8 (2011: 1,0) sowie Fremdkapitalkosten von 3,5 Prozent (2011: 4,4 Prozent) zugrunde gelegt wurden. Es wurde eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent (2011: 1,0 Prozent) unterstellt.

Zum 30. September 2012 haben die entsprechend ermittelten erzielbaren Beträge die jeweiligen Buchwerte überschritten. Die Werthaltigkeitstests ergaben keinen Wertminderungsbedarf. Auch bei Anwendung folgender einzelner Sensitivitäten ergab sich kein Wertberichtigungsbedarf in den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten „Leifheit“, „Birambeau“ und „Herby“:

- Cashflow-Prognose auf Basis des aktuellen Ergebnisniveaus bei konstantem Kosten- und Umsatzverlauf
- Cashflow-Prognose auf Basis des fortgeschriebenen Budgets 2013 unter Berücksichtigung eines Abschlags von 20 Prozent
- Anstieg des Abzinsungssatzes um 2 Prozentpunkte

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

T €	Geschäfts- oder Firmenwert		Markenrecht	
	2012	2011	2012	2011
Birambeau	3.299	3.299	–	–
Herby	6.441	6.441	–	–
Leifheit CZ a.s.	872	872	–	–
Druckdampfbügeln	1.209	1.209	–	–
Marke Soehnle	–	–	4.804	4.804
	11.821	11.821	4.804	4.804

(26) Forderungen aus Ertragsteuern

Die langfristigen Forderungen aus Ertragsteuern enthalten den langfristigen Teil eines Körperschaftsteuerguthabens der Leifheit AG in Höhe von 2.852 T € (2011: 3.465 T €).

(27) Sonstige langfristige Vermögenswerte

T €	31.12.2012	31.12.2011
Sonstige langfristige Vermögenswerte (kleiner als 100 T €)	186	184
	186	184

Von den Sonstigen langfristigen Vermögenswerten am Bilanzstichtag in Höhe von 186 T € (2011: 184 T €) befanden sich in Deutschland 6 T € (2011: 9 T €) und in sonstigen Ländern 180 T € (2011: 175 T €).

(28) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Verbindlichkeiten

T €	31.12.2012	31.12.2011
Lieferungen und Leistungen	19.073	20.478
Mitarbeiter	7.738	8.194
Kundenboni	4.867	5.368
Werbekostenzuschüsse	4.211	3.809
Sonstige Steuern (ohne Ertragsteuern)	1.546	1.629
Kreditorische Debitoren	1.416	1.434
Ausstehende Rechnungen	1.203	1.155
Sozialversicherungen	928	903
Abnahmeverpflichtungen	810	270
Provisionsverpflichtungen	533	439
Kundenskonti	468	470
Externe Jahresabschlusskosten	415	380
Aufsichtsratsvergütung	255	170
Steuerberatung	200	163
Vertreterabfindungen	189	811
Energiekosten	163	103
Lizenzen	128	131
Sonstige Verbindlichkeiten (kleiner als 100 T €)	806	1.003
	44.949	46.910

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

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

Es besteht eine Eventualverbindlichkeit in Höhe von 1.210 T € der Leifheit-Birambeau S.A.S. in Frankreich aus einer noch offenen steuerlichen Betriebsprüfung.

Für beschlossene Restrukturierungsmaßnahmen in Spanien und Rumänien fallen voraussichtlich Kosten in Höhe von zirka 600 T € an.

(29) Rückstellungen

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

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

Rückstellungen für belastende Verträge enthalten insbesondere Abnahmeverpflichtungen.

Die Sonstigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Schadenersatz sowie Prozess- und Anwaltskosten. Die Erhöhung des während der Berichtsperiode aufgrund des Zeitablaufs abgezinsten Betrags der langfristigen Rückstellungen beträgt 200 T € (2011: 139 T €).

Die Rückstellungen für Garantieleistungen, Schadenersatzleistungen und Prozesskosten von 4.696 T € enthalten Unsicherheiten hinsichtlich des Betrages und/oder der Fälligkeit der Abflüsse (2011: 5.064 T €). Die Unsicherheit bei den Garantierückstellungen ergibt sich aus der möglichen zukünftigen Veränderung im Garantieraufkommen. Die Unsicherheit bei den Rückstellungen für Schadenersatzleistungen und Prozesskosten ist durch den offenen Ausgang von schwebenden Verfahren begründet.

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

T €	31.12.2012			31.12.2011		
	Gesamt	davon kurzfristig	davon langfristig	Gesamt	davon kurzfristig	davon langfristig
Garantieleistungen	4.026	3.294	732	4.311	3.579	732
Personalbereich	1.795	–	1.795	1.792	–	1.792
Belastende Verträge	35	35	–	35	35	–
Sonstige Rückstellungen	2.310	2.310	–	1.447	1.447	–
Bilanzansatz	8.166	5.639	2.527	7.585	5.061	2.524

T €	Kurzfristige Rückstellungen			Langfristige Rückstellungen		
	Garantieleistungen	Belastende Verträge	Sonstige kurzfristige Rückstellungen	Garantieleistungen	Personalbereich	Sonstige langfristige Rückstellungen
Stand 1.1.2012	3.579	35	1.447	732	1.792	–
Währungsdifferenzen	1	–	2	–	–	–
Inanspruchnahme	3.575	35	402	329	468	–
Auflösung	–	–	482	–	–	–
Zuführung	3.289	35	1.745	329	471	–
Stand 31.12.2012	3.294	35	2.310	732	1.795	–

(30) Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer

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 €	31.12.2012	31.12.2011
Barwert der leistungsorientierten Verpflichtungen (DBO)	56.335	42.357
Zeitwert des Planvermögens	-838	-790
Noch nicht erfasste versicherungsmathematische Verluste/Gewinne	-13.343	14
Bilanzierte Nettoschuld aus Pensionsverpflichtungen in Deutschland	42.154	41.581
Pensionsverpflichtungen in Frankreich	774	693
Verpflichtungen aus Leistungen an Arbeitnehmer	42.928	42.274

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

T €	2012	2011
Laufender Dienstaufwand	355	453
Zinsaufwand auf die Verpflichtung	2.242	2.230
Erwartete Erträge aus Planvermögen	-6	-7
Gesamtaufwand für Versorgungsleistungen	2.591	2.676

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

T €	2012	2011
Bilanzierte Nettoschuld zum Jahresbeginn	41.581	40.716
In der Gesamtergebnisrechnung erfasster Nettoaufwand	2.591	2.676
Auszahlungen an Berechtigte	-2.018	-1.811
Bilanzierte Nettoschuld zum Jahresende	42.154	41.581

Zusätzlich wurden Beiträge an staatliche Rentenversicherungsträger in Höhe von 2.373 T € geleistet (2011: 2.745 T €).

T €	2012	2011	2010	2009	2008
DBO zum Bilanzstichtag	56.335	42.357	43.825	61.007	57.564
Planvermögen zum Bilanzstichtag	838	790	862	15.713	14.353
Unterdeckung	55.497	41.567	42.963	45.294	43.211
Erfahrungsbedingte Anpassung der Planschulden	-24	659	937	-754	-1.026
Erfahrungsbedingte Anpassung des Planvermögens	-12	7	1	835	-418

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

T €	2012	2011
DBO zum Jahresbeginn	42.357	43.825
Laufender Dienstaufwand	355	453
Zinsaufwand	2.242	2.230
Leistungszahlungen	-2.018	-1.890
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	13.357	-2.261
Sonstiges	42	-
DBO zum Jahresende	56.335	42.357

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

T €	2012	2011
Zeitwert des Planvermögens zum Jahresbeginn	790	862
Erwarteter Ertrag des Planvermögens	6	39
Verluste aus dem Planvermögen	-	-7
Zuwendungen zum Planvermögen	-	9
Ausbezahlte Leistungen	-	-113
Sonstiges	42	-
Zeitwert des Planvermögens zum Jahresende	838	790

Gegenstand des Planvermögens sind Rückdeckungsversicherungen deutscher Versicherungsunternehmen.

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

in %	31.12.2012	31.12.2011
Rechnungszinsfuß	3,5	5,5
Erwarteter Ertrag aus Planvermögen	4,0	4,0
Künftiger Einkommensrend	2,5	2,5
Künftiger Rententrend	2,0	2,0
Fluktuationsrate	-	2,0
Rechnungsgrundlage Richttafeln Prof. K. Heubeck	2005 G	2005 G
Rechnungsmäßiges Endalter	RVAGAnpG 2007	RVAGAnpG 2007

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

(31) Gezeichnetes Kapital

Das Gezeichnete Kapital der Leifheit AG in Höhe von 15.000 T € (2011: 15.000 T €) lautet auf Euro und ist in 5.000.000 auf den Inhaber lautende Stückaktien eingeteilt. Alle Aktien gewähren die gleichen Rechte. Die Aktionäre sind zum Bezug der beschlossenen Dividenden berechtigt und verfügen bei der Hauptversammlung über ein Stimmrecht je Aktie.

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

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

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

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

(32) Kapitalrücklage

Bei der Kapitalrücklage in Höhe von 16.934 T € (2011: 16.934 T €) handelt es sich um das Agio aus der Kapitalerhöhung vom Herbst 1989.

(33) Eigene Anteile

Unter Einschluss der in den Vorjahren erworbenen und ausgegebenen eigenen Aktien hat Leifheit am 31. Dezember 2012 einen Bestand von 250.525 eigenen Aktien. Dies entspricht 5,01 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals beträgt 752 T €. Hierfür wurden 7.598 T € aufgewendet.

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

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 nutzen zu können.

Im Berichtszeitraum wurden keine eigenen Anteile erworben. Im Vorjahr wurden 7.476 Aktien für 128 T € erworben. Dies entsprach 0,15 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 22 T €.

Im Berichtszeitraum verwendete Leifheit 7.075 eigene Anteile in Form der Ausgabe von Mitarbeiteraktien. Dies entsprach 0,14 Prozent des Grundkapitals. Der darauf entfallende Betrag des Grundkapitals betrug 21 T €. Im Vorjahr wurden keine eigenen Anteile verwendet.

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

(34) Gewinnrücklagen/Sonstige Rücklagen

Die Gewinnrücklagen umfassen die gesetzliche Rücklage in Höhe von 1.023 T € (2011: 1.023 T €), andere Gewinnrücklagen in Höhe von 64.946 T € (2011: 59.114 T €) sowie das auf die Anteilseigner des Mutterunternehmens entfallende Periodenergebnis in Höhe von 9.398 T € (2011: 12.075 T €). Die anderen Gewinnrücklagen enthalten die in der Vergangenheit erzielten Konzernergebnisse, soweit diese nicht ausgeschüttet wurden. Im Berichtsjahr wurde die Dividende für das Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 1,30 € je Aktie – insgesamt 6.170 T € (2011: 14.227 T €) ausgeschüttet.

Die Sonstigen Rücklagen beinhalten zum einen die Umrechnungsrücklage für Effekte aus Währungsdifferenzen aus der stichtagsbezogenen Umrechnung der in den Konzern einbezogenen Abschlüsse, die nicht in der Berichtswährung des Konzerns aufgestellt werden, von 897 T € (2011: 791 T €) sowie für Effekte aus eigenkapitalersetzenden Fremdwährungsdarlehen ausländischer Tochtergesellschaften von 1.962 T € (2011: 1.730 T €).

Weiterer Bestandteil der Sonstigen Rücklagen sind Rücklagen aus Cashflow Hedges in Höhe von -256 T € (2011: 0 T €).

(35) Anteile ohne beherrschenden Einfluss

Die Anteile ohne beherrschenden Einfluss sowie deren Ergebnisanteile in der Gesamtergebnisrechnung betreffen die Anteile von 49 Prozent eines Gesellschafters an der Leifheit Distribution S.R.L., Bukarest, Rumänien.

(36) Vorschlag zur Verwendung des Bilanzgewinns

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 2012 beträgt 13.590.000,00 €.

Die Leifheit AG hält 250.525 eigene Aktien, die nicht dividendenberechtigt sind. Bis zur Hauptversammlung kann sich die Anzahl der dividendenberechtigten Aktien verändern. In diesem Fall wird der Hauptversammlung bei unveränderter Ausschüttung von 1,50 € Dividende je dividendenberechtigter Stückaktie ein entsprechend angepasster Gewinnverwendungsvorschlag unterbreitet werden.

Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 6. Juni 2013 vorschlagen, folgenden Beschluss zu fassen:

Aus dem Bilanzgewinn der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2012 in Höhe von 13.590.000,00 € wird eine Dividende von 1,50 € je dividendenberechtigter Stückaktie – das sind bei 4.749.475 Stückaktien insgesamt 7.124.212,50 € – an die Aktionäre ausgeschüttet. Der verbleibende Betrag in Höhe von 6.465.787,50 € wird auf neue Rechnung vorgetragen.

(37) Finanzinstrumente, Zielsetzungen und Methoden des Finanzrisikomanagements

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 24 Prozent (2011: 23 Prozent) des Konzernumsatzes werden in Fremdwährungen erwirtschaftet, 39 Prozent (2011: 38 Prozent) der Kosten fallen in Fremdwährungen an.

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

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

	Kursentwicklung	Auswirkungen zum 31.12.2012	Auswirkungen zum 31.12.2011
US-Dollar	+5 %	4	9
	-5 %	-5	-10
	+10 %	8	17
	-10 %	-10	-20
Tschechische Krone	+5 %	401	162
	-5 %	-443	-179
	+10 %	766	308
	-10 %	-936	-376

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

	Kursentwicklung	Auswirkungen zum 31.12.2012	Auswirkungen zum 31.12.2011
US-Dollar	+5 %	1.077	–
	-5 %	-1.190	–
	+10 %	2.056	–
	-10 %	-2.513	–
Tschechische Krone	+5 %	685	547
	-5 %	-758	-605
	+10 %	1.308	1.044
	-10 %	-1.599	-1.276

- **Absicherung von Cashflows**

Der Konzern verfügt auch über derivative Finanzinstrumente. Hierzu gehören vor allem Devisenterminkontrakte wie auf Seite 64 der Allgemeinen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden näher beschrieben. Zweck dieser derivativen Finanzinstrumente ist die Absicherung gegen Währungsrisiken, die aus der Geschäftstätigkeit des Konzerns resultieren.

Zum 31. Dezember 2012 bestanden Devisenterminkontrakte für künftige Zahlungsverpflichtungen in US-Dollar, die einer höchstwahrscheinlich eintretenden künftigen Transaktion zugeordnet werden können. Dabei handelte es sich um erwartete und mit hoher Wahrscheinlichkeit eintretende künftige Warenkäufe in den Monaten Januar 2013 bis Dezember 2014 bei Lieferanten in Fernost in Höhe von 30,0 Mio USD. Aus den Sicherungsinstrumenten wurde zum 31. Dezember 2012 ein nicht realisierter Aufwand von 256 T € (davon 100 T € Ertragsteuereffekt) ergebnisneutral im Eigenkapital erfasst.

Weiterhin bestanden am 31. Dezember 2012 für das Geschäftsjahr 2013 Währungsswaps in Höhe von 9,0 Mio USD, die zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden.

Weitere Angaben sind dem Anhangspunkt 21 zu entnehmen.

- **Liquiditätsrisiko**

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

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

- **Zinsrisiko**

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

- **Ausfallrisiko**

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

Ein Teil der Forderungen ist durch Kreditversicherungen abgedeckt (vgl. Anhangspunkt 19). In Höhe des nichtversicherten Teils der Forderung besteht dennoch das Risiko des Ausfalls.

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

- **Finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten**

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

- **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.

In der Bilanz zum 31. Dezember 2012 wurden derivative Finanzielle Vermögenswerte in Höhe von 12 T € (2011: 46 T €) sowie derivative Finanzielle Verbindlichkeiten in Höhe von 389 T € (2011: 585 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. Sämtliche Finanziellen Vermögenswerte und Schulden, die zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren sind, sind der Stufe 2 zuzuordnen. Die sonstigen Finanziellen Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.

Am Bilanzstichtag standen kurzfristige Kontokorrentkreditlinien in Höhe von 11,5 Mio € (2011: 15,2 Mio €) zur Verfügung. Davon wurden zum Bilanzstichtag 2,6 Mio € (2011: 2,5 Mio €) durch Avale genutzt. Die nicht ausgenutzten Kontokorrentkreditlinien betragen 8,9 Mio € (2011: 12,7 Mio €).

69 Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung

73 Erläuterungen zur Bilanz

86 Organe der Leifheit AG

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

T €	Bewertungs- kategorie nach IAS 39	Buchwert		Beizulegender Zeitwert	
		31.12.2012	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2011
Finanzielle Vermögenswerte					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	a)	21.738	29.511	21.738	29.511
Strukturierte Geldmarktinstrumente	d)	11.979	–	11.979	–
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	a)	51.535	46.067	51.535	46.067
Derivative finanzielle Vermögenswerte	c)	12	46	12	46
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	a)	6.593	15.398	6.593	15.398
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	b)	19.073	20.478	19.073	20.478
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	c)	389	585	389	585
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	b)	15.664	15.706	15.664	15.706

a) Kredite und Forderungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind

b) zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete Finanzielle Verbindlichkeiten

c) erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert bewertete Finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten

d) erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Finanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten

Das Nettoergebnis der Finanzinstrumente für die Bewertungskategorie beträgt:

T €	Aus Folgebewertung				2012	2011
	Zinsen	Währungs- umrechnung	Wertbe- richtigung	Fair Value Änderung		
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	308	-237	–	–	71	504
Strukturierte Geldmarktinstrumente	–	–	–	-21	-21	–
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	–	197	-645	–	-448	1.270
Derivative finanzielle Vermögenswerte*	–	1.800	–	–	1.800	802
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	82	–	–	–	82	235
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	–	64	–	–	64	3
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten*	–	-2.132	–	–	-2.132	-1.811
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	-285	–	–	–	-285	-146

* Das als Währungsumrechnung dargestellte Nettoergebnis der derivativen Finanziellen Vermögenswerte und Schulden resultiert aus realisierten Währungskursgewinnen und -verlusten sowie aus der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert.

(38) Haftungsverhältnisse

Von den Konzerngesellschaften wurden wie im Vorjahr keine Haftungsverpflichtungen eingegangen.

(39) Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es bestehen Miet- und Leasingverträge für Geschäftsräume, EDV- und Telefonanlagen, Fahrzeuge und Ähnliches sowie Lizenzverträge in Höhe von 3,8 Mio € (2011: 4,9 Mio €). Die zukünftigen Mindestzahlungen aufgrund von unkündbaren Leasing- oder Mietverträgen betragen bis

zu einem Jahr 2,8 Mio € (2011: 2,8 Mio €), zwischen einem und fünf Jahren 1,0 Mio € (2011: 1,7 Mio €) und bei mehr als fünf Jahren 0,0 Mio € (2011: 0,4 Mio €). Bei den Miet- und Leasingverträgen handelt es sich um Operating-Leasingverhältnisse im Sinne von IAS 17.

Zum 31. Dezember 2012 bestanden Abnahmeverpflichtungen im Wert von 1,1 Mio € (2011: 1,4 Mio €).

Es bestehen Verpflichtungen aus Verträgen über den Erwerb von Gegenständen des Sachanlagevermögens in Höhe von 1,6 Mio € (2011: 3,6 Mio €), insbesondere für Werkzeuge und Logistikeinrichtungen.

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

Die Bezüge des Vorstands betragen 1.938 T € (2011: 1.896 T €), davon entfielen auf variable Bezüge 1.368 T € (2011: 1.326 T €). Für die Wahrnehmung von Aufgaben in Tochterunternehmen wurden dem Vorstand wie im Vorjahr keine Bezüge gezahlt. Den im Geschäftsjahr 2012 aktiven Mitgliedern des Vorstands wurden keine leistungsorientierten Pensionszusagen gewährt. Daher wurde im Berichtsjahr wie im Vorjahr keine Zuführungen zu Pensionsverpflichtungen (DBO nach IFRS) der aktiven Vorstände vorgenommen.

Die jährliche variable Vergütung eines der Vorstandsmitglieder bemisst sich am EBT des Leifheit-Konzerns und wird nach Fassung des Gewinnverwendungsbeschlusses durch die Hauptversammlung ausgezahlt. Die langfristige variable Vergütung bemisst sich am EBT der Jahre 2011 und 2012 des Leifheit-Konzerns und wird jeweils nach Veröffentlichung des festgestellten Jahresabschlusses ausgezahlt. Der Auszahlungsbetrag sowohl der jährlichen als auch der langfristigen variablen Vergütung ist nach oben begrenzt.

Die Gesellschaft hat einem ihrer Vorstandsmitglieder eine ab dem Geschäftsjahr 2011 geltende Vergütungskomponente für die kurzfristige und langfristige variable Vergütung gewährt, die sich aus einem EBT- bzw. EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator ergibt.

Der Auszahlungsbetrag der kurzfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der EBT-Multiplikator ist vom Ergebnis des Leifheit-Konzerns vor Ertragsteuern abhängig. Der Börsenwertmultiplikator bemisst sich nach dem Zielerreichungsgrad hinsichtlich des in dem Kalenderjahr gegenüber dem jeweiligen Kalendervorjahr erreichten Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit AG. Der Auszahlungsbetrag ist nach oben begrenzt. Die Auszahlung erfolgt jeweils binnen vier Wochen nach Fassung der Gewinnverwendungsbeschlüsse durch die Hauptversammlung für die Geschäftsjahre 2011 bis 2014.

Der Auszahlungsbetrag der langfristigen variablen Vergütung ergibt sich aus einem EBIT-Multiplikator und einem Börsenwertmultiplikator. Der Börsenwertmultiplikator beläuft sich auf 2,5 Prozent des Zuwachses des Börsenwerts der Leifheit AG auf der Grundlage der Durchschnittskurse an den letzten 90 Börsentagen des Kalenderjahres 2010 und an den letzten 90 Börsentagen des Kalenderjahres 2014. Der EBIT-Multiplikator ist von dem durchschnittlichen Zielerreichungsgrad hinsichtlich des in den Kalenderjahren 2011 bis 2014 im Konzernabschluss jeweils ausgewiesenen Konzern-EBIT abhängig. Der EBIT-Multiplikator ist nach oben auf 2,0 und

der Auszahlungsbetrag ist nach oben auf 4,0 Mio € begrenzt. Der Wert des Bonusprogramms wird jährlich anhand von Bewertungsanalysen eines externen Gutachters unter Einbeziehung der Monte-Carlo-Simulation ermittelt und pro rata temporis über den jeweiligen Erdienungszeitraum zurückgestellt. Zum 31. Dezember 2012 beträgt der Zeitwert 1.880 T €; die bilanzierte Rückstellung beläuft sich auf 975 T €. Die Auszahlung erfolgt binnen vier Wochen nach Fassung des Gewinnverwendungsbeschlusses durch die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2014. Der Aufsichtsrat kann im Januar 2014 und im Januar 2015 eine angemessene Abschlagszahlung festlegen.

Die Hauptversammlung am 26. Mai 2011 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 gemäß § 314 Abs. 2 Satz 2 HGB unterbleiben.

Die Bezüge des Aufsichtsrats beliefen sich auf 285 T € (2011: 498 T €).

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

Die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands betragen im Berichtsjahr 402 T € (2011: 398 T €). Die für laufende Pensionen gebildeten Rückstellungen (DBO nach IFRS) beliefen sich im Geschäftsjahr 2012 auf 7.492 T € (2011: 6.104 T €).

(42) 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.

(43) 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 dessen Konzernabschluss die Leifheit AG einbezogen wird, ist die Home Beteiligungen GmbH, München.

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

Aktionäre, die nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) ihre Stimmrechtsanteile mitgeteilt haben, waren die Home Beteiligungen GmbH, München, die MKV Verwaltungs GmbH, Grünwald, Herr Joachim Loh, Haiger, sowie die Leifheit AG, Nassau.

Es wurden die folgenden Mitteilungen veröffentlicht:

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 Stimmrechten) 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 Stimmrechten) 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.“

(45) Erklärung nach § 161 AktG (Deutscher Corporate Governance Kodex)

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2012 die gemäß § 161 AktG geforderte Erklärung abgegeben, dass den vom Bundesministerium der Justiz bekannt gemachten Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ entsprochen wurde und wird sowie welche Empfehlungen derzeit nicht angewendet wurden oder werden. Auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.leifheit.de/de/investor-relations/corporate-governance ist die Entsprechenserklärung dauerhaft zugänglich.

(46) Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

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

(47) Übernahmerechtliche Angaben gem. § 315 Abs. 4 HGB

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

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

Das 2012 als Aufwand erfasste Honorar des Konzernabschlussprüfers Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Eschborn/Frankfurt am Main, für die Abschlussprüfung belief sich auf 261 T € (2011: 269 T €), für andere Bestätigungsleistungen auf 3 T € (2011: 8 T €), für Steuerberatungsleistungen auf 292 T € (2011: 166 T €) und für sonstige Leistungen auf 95 T € (2011: 51 T €).

Organe der Leifheit AG

Mitglieder des Vorstands

	Georg Thaller	Vorsitzender des Vorstands der Leifheit AG
	Dr. Claus-O. Zacharias	Finanzvorstand der Leifheit AG

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:

Dr. jur. Robert Schuler-Voith	Schuler AG, Göppingen	Aufsichtsratsvorsitzender
Helmut Zahn	Schuler AG, Göppingen	Aufsichtsratsmitglied
	Flossbach von Storch AG, Köln	Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender
	Schuler Pressen GmbH, Weingarten	Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender (bis 17. Januar 2012)
	Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG, Oppenweiler	Beiratsmitglied

Nassau/Lahn, 18. März 2013

Leifheit Aktiengesellschaft
Der Vorstand



Georg Thaller



Dr. Claus-O. Zacharias

Erklärung des Vorstands zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen

Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Nassau/Lahn, 18. März 2013

Leifheit Aktiengesellschaft
 Der Vorstand



Georg Thaller



Dr. Claus-O. Zacharias

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 Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung, Segmentberichterstattung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2012 bis 31. Dezember 2012 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.“

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im

Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Eschborn/Frankfurt am Main, 18. März 2013

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 Bestätigungsmerk versehene Jahresabschluss (Einzelabschluss) der Leifheit AG wurde nach handels- und aktienrechtlichen Vorschriften erstellt.

Disclaimer

Zukunftsbezogene Aussagen

Dieser Finanzbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die auf aktuellen Einschätzungen des Managements über künftige Entwicklungen beruhen. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheiten, die außerhalb der Möglichkeiten von Leifheit bezüglich einer Kontrolle oder präzisen Einschätzung liegen, wie beispielsweise das zukünftige Marktumfeld und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, das Verhalten der übrigen Marktteilnehmer sowie Maßnahmen staatlicher Stellen. Sollte einer dieser oder andere Unsicherheitsfaktoren und Unwägbarkeiten eintreten oder sollten sich die Annahmen, auf denen diese Aussagen basieren, als unrichtig erweisen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den in diesen Aussagen explizit genannten oder implizit enthaltenen Ergebnissen abweichen. Es ist von Leifheit weder beabsichtigt noch übernimmt Leifheit eine gesonderte Verpflichtung, zukunftsbezogene Aussagen zu aktualisieren, um sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Berichts anzupassen.

Abweichungen aus technischen Gründen

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

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

Kontakte und Termine

Kontakte

- Postanschrift:
Leifheit AG
Postfach 11 65
D-56371 Nassau/Lahn
- Investor Relations:
Tel: +49 2604 977-218
Fax: +49 2604 977-340
- Leifheit im Internet:
<http://www.leifheit.com>
E-Mail: ir@leifheit.com

Termine

- 14. Mai 2013
Quartalsfinanzbericht zum 31. März 2013
- 6. Juni 2013
Hauptversammlung, 10:30 Uhr
Kunden- und Verwaltungszentrum der Leifheit AG, Nassau/Lahn
- 13. August 2013
Halbjahresfinanzbericht zum 30. Juni 2013
- 11. November 2013
Quartalsfinanzbericht zum 30. September 2013

Impressum

Herausgeber

Leifheit Aktiengesellschaft
Postfach 11 65
56371 Nassau/Lahn

Konzept/Gestaltung

Kirchhoff Consult AG, Hamburg



Aktiengesellschaft

Postfach 11 65
D-56371 Nassau/Lahn
Telefon: +49 2604 977-0
Telefax: +49 2604 977-300
www.leifheit.com
ir@leifheit.com