

Unser Aufwärtstrend setzt sich fort.



**Bilanz-Press-
Telefonkonferenz**

29. März 2017

Disclaimer

Zukunftsbezogene Aussagen

Diese Präsentation 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 dieser Präsentation anzupassen.

Agenda

- Über die Leifheit AG
- Highlights Geschäftsjahr 2016
- Konzernentwicklung 2016
- Ausblick 2017
- Ihre Fragen



Über die Leifheit AG



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

Leifheit-Konzern

Markengeschäft
(~ 85 % Umsatzanteil)

Volumengeschäft
(~ 15 % Umsatzanteil)

- Vertrieb in internationalen Märkten
- Produktkategorien: Reinigen, Wäschepflege, Küche und Wellbeing

- Hochwertige Markenprodukte mit hohem Verbraucher-nutzen, mittlere bis höhere Preispositionierung
- Konsequente Markenführung
- Systematische Innovations- und Markeneinführungs-prozesse

- Produkte in Mittelpreislagen
- Kundenspezifische Produktentwicklung
- Hohe Service-Komponente



Über die Leifheit AG

Wir bieten Produkte in vier Kategorien

Reinigen

Leifheit bietet einfache und praktische Lösungen für den täglichen Reinigungsbedarf. Unsere hochqualitativen Reinigungsprodukte sind flexibel kombinierbar.



Wäschepflege

Ob Wäscheständer für den Haushalt oder Wäschespinnen für den Garten, Bügelbretter oder Dampfbügelsysteme – Leifheit garantiert frische, saubere und gepflegte Wäsche.



Küche

Öffnen, kochen, schneiden oder verstauen – Leifheit Produkte funktionieren einfach und halten Hände und Küche sauber.



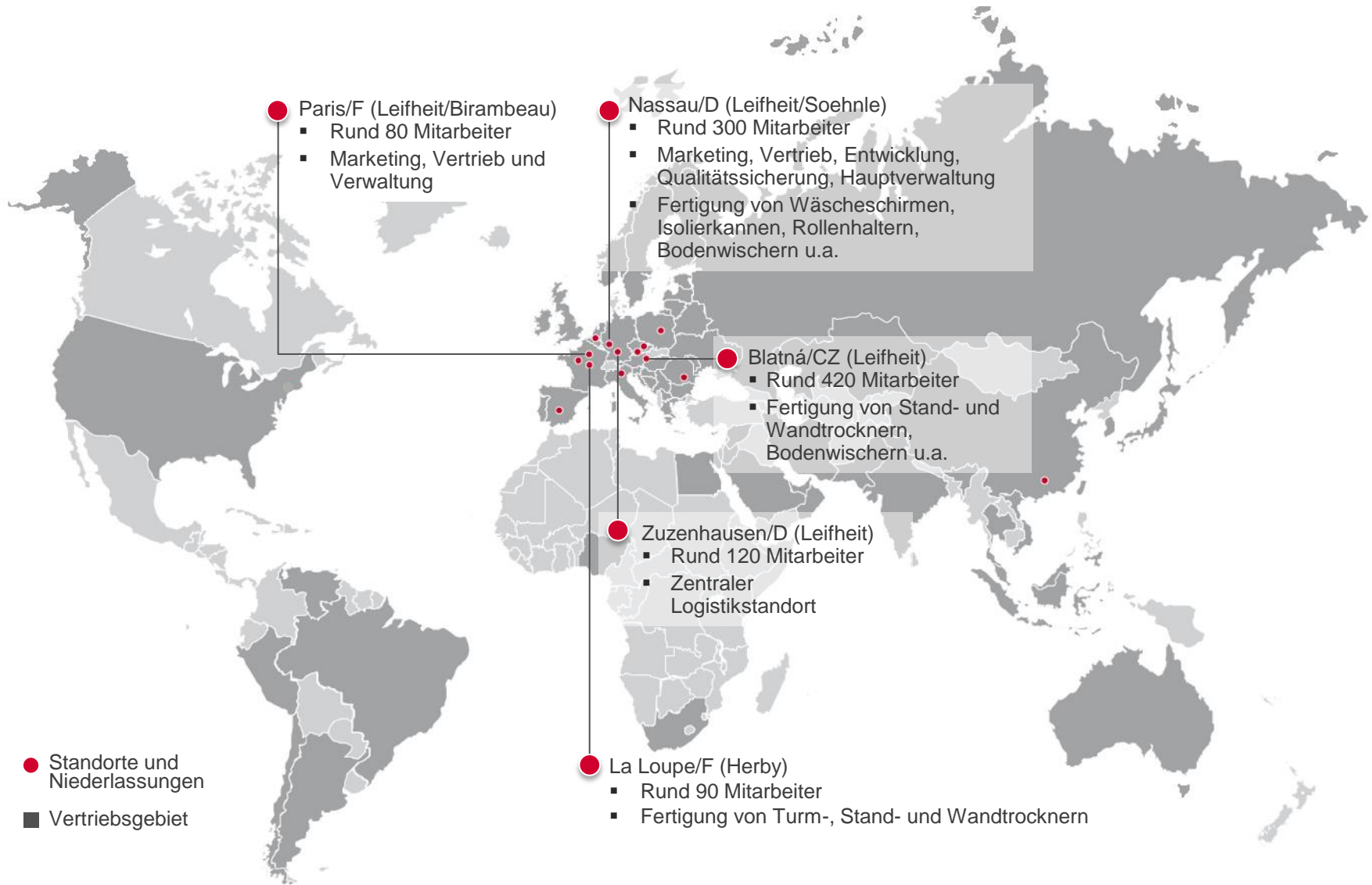
Wellbeing

Unter der Marke Soehnle bieten wir eine breite Auswahl Waagen, die immer eine gute Figur machen – ob in Küche oder im Bad.



Über die Leifheit AG

Mit 15 eigenen Standorten in über 80 Ländern aktiv



ORG026A

Über die Leifheit AG

Wichtigste Standorte

Nassau/Deutschland: Hauptsitz, Marketing, Vertrieb, Entwicklung, Verwaltung

Grundfläche:	61.000 qm
Bebaute Fläche:	26.000 qm
Mitarbeiter:	ca. 300
Produktion:	Automatisierte Produktion, Spritzguss
Hauptproduktgruppen:	Trockner (Linomatic), Reinigungs- u. Küchenprodukte



Zuzenhausen/Deutschland: Logistikzentrum

Grundfläche:	85.000 qm
Bebaute Fläche:	41.000 qm
Mitarbeiter:	ca. 100
Lagerkapazität:	ca. 48.000 Paletten
Distributionskapazität:	1.000 Kubikmeter täglich



Blatná/Tschechische Republik: Hauptproduktionsstandort u. Logistikzentrum für Osteuropa

Grundfläche:	108.000 qm
Bebaute Fläche:	20.000 qm
Mitarbeiter:	ca. 400
Produktion:	Metallproduktion mit Pulverbeschichtung, Spritzguss textile production
Hauptproduktgruppen:	Trockner, Bügeltische, Reinigungsprodukte
Distributionskapazität:	180 Kubikmeter täglich



Highlights Geschäftsjahr 2016



Leifheit setzt nachhaltigen Aufwärtstrend auch in 2016 fort

- **Konsequente Umsetzung der Strategie “Leifheit 2020” zeigt nachhaltig Wirkung:**
 - Strategisch bedeutendes Markengeschäft ist Wachstumstreiber
 - Auslandsanteil am Umsatz deutlich gestiegen (60 %)
 - Osteuropäische Zielmärkte mit hohen Wachstumsraten
 - Mit innovativen und verbraucherorientierten Produkten auf dem richtigen Weg
 - Weitere Stärkung der E-Commerce-Position
 - Neues Logistikzentrum in Osteuropa für mehr Effizienz und Flexibilität bei der Distribution in unsere osteuropäischen Zielmärkte

- **Umsichtige Nachfolgereglung umgesetzt:**
 - Vertrag von Thomas Radke (CEO) bis 31. Dezember 2019 verlängert
 - Ansgar Lengeling seit 1. November 2016 neuer COO
 - Ivo Huhmann zum 1. April 2017 als neues Vorstandsmitglied (CFO ab 25. Mai 2017) bestellt

Umsetzung von „Leifheit 2020“ erzeugt nachhaltiges Wachstum

Konzernumsatz

2016 ggü. 2015 in €



Ergebnis (EBIT)

2016 ggü. 2015 in €



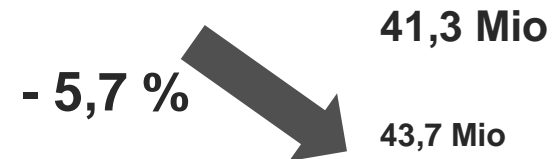
Umsatz Markengeschäft

2016 ggü. 2015 in €



Umsatz Volumengeschäft

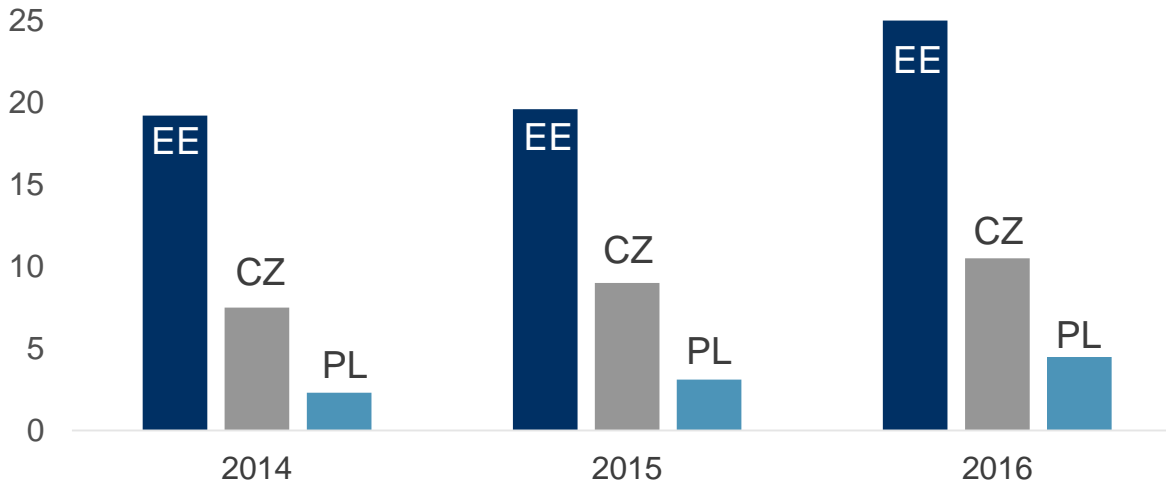
2016 ggü. 2015 in €



Strukturierter “Go-to-Market”-Ansatz treibt substantzielles Wachstum in Osteuropa

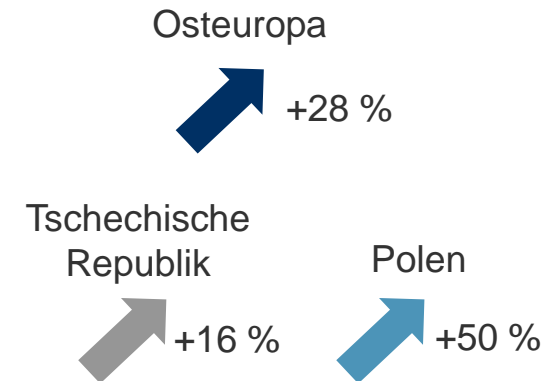
Umsatz Osteuropa und ausgewählte Einzelmärkte

2014 – 2016 in Mio €



Wachstum

2015 ggü. 2016



Attraktivität an der Börse weiter gesteigert

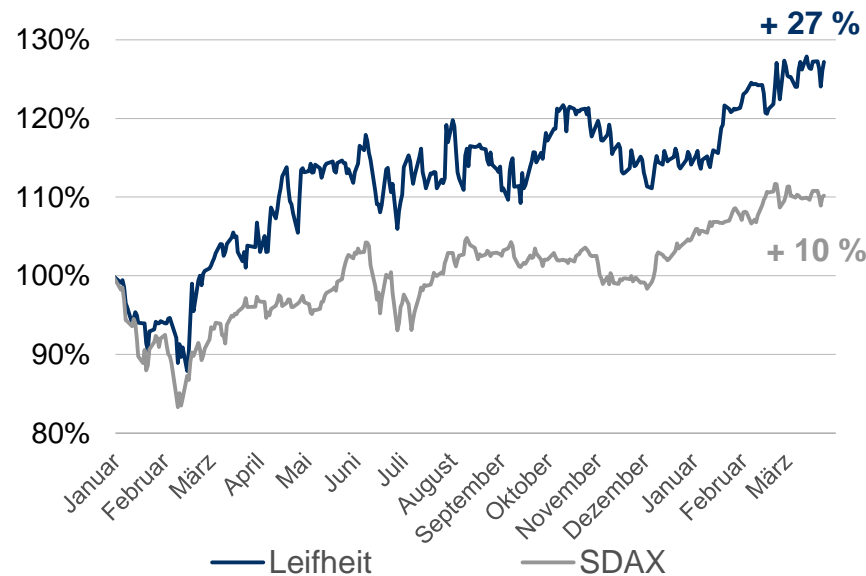
- **Hohe Attraktivität für Investoren** auf Grund von hohem Streubesitz von 76,7 %
- **Kurssteigerung 2016 bei rund 14 %**, in den vergangenen 10 Jahren bei durchschnittlich etwa **10 %** (CAGR)

- **Überdurchschnittliche Dividendenrendite¹**

2016	5,1% ²	2012:	5,2%
2015:	5,6%	2011:	6,3%
2014:	3,9%	2010:	5,6% ³
2013:	5,3%	2009:	4,3% ³

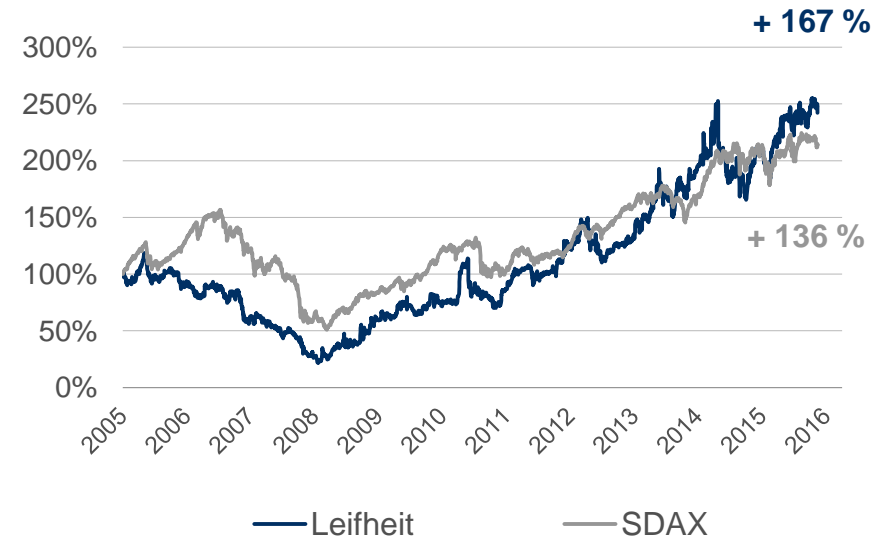
1 Basierend auf Schlusskursen zum Jahresende
 2 2016: Dividendenvorschlag
 3 Ohne Sonderdividende aus Verkäufen von Unternehmensbereichen

Jahresentwicklung



10-Jahres Entwicklung

Zeitraum: 1. Januar 2006 bis 27. März 2016



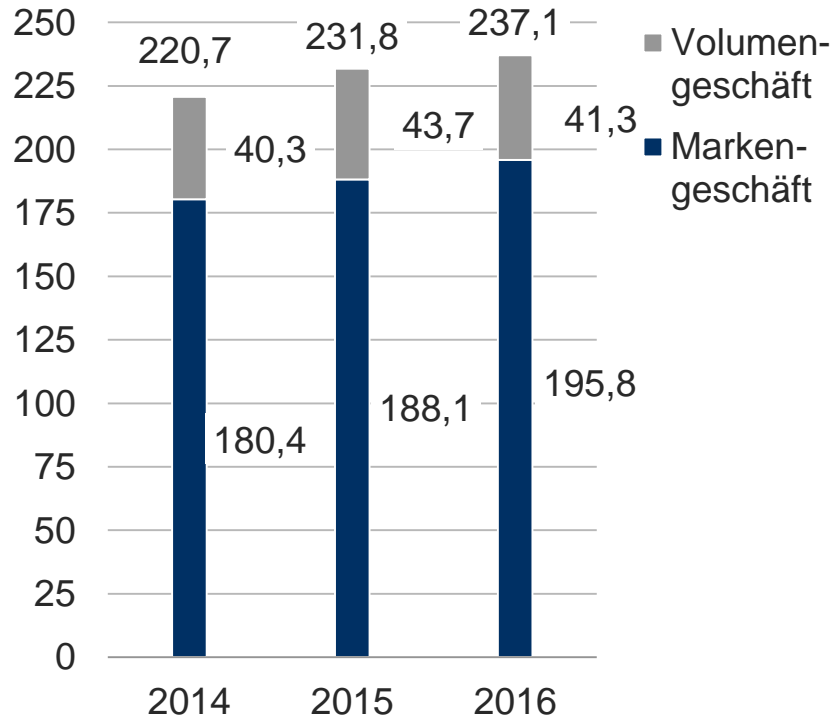
Konzern- entwicklung 2016



Markengeschäft treibt Umsatzentwicklung im Konzern

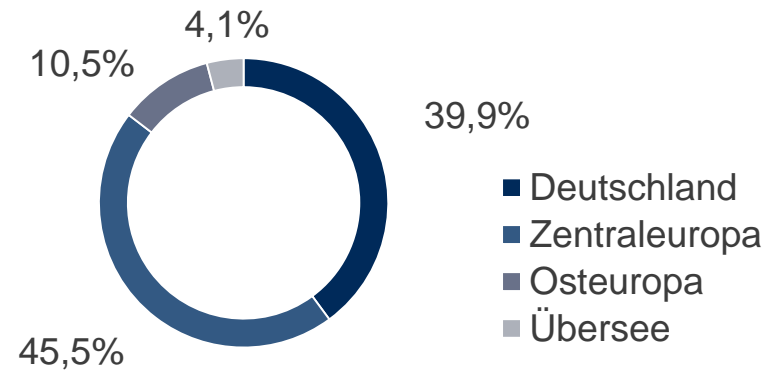
Konzernumsatz nach Segmenten

2015 ggü. 2016 / in Mio €



Konzernumsatz nach Regionen

2016



- Umsatzrückgang in Deutschland (-4,4 %) durch Verlagerung eines Vertriebspartners nach Luxemburg und planmäßiger Beendigung der Lohnfertigung zugunsten der Eigenfertigung, auf vergleichbarer Basis wäre der Umsatz um knapp 2 % gewachsen
- Umsatzsteigerung in Zentraleuropa (+4,5 %)
- Starkes Wachstum in Osteuropa von +27,8 %, angeführt von Polen (+50,2 %), Tschechien (+16,0 %) und der Slowakei (+89,0 %)

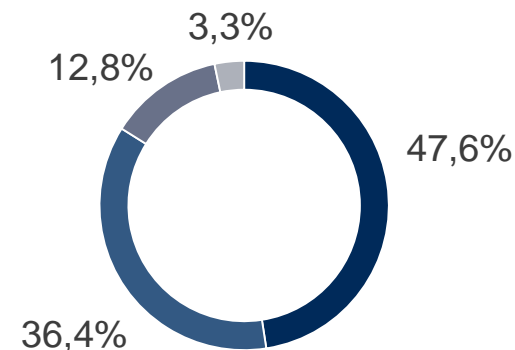
Markengeschäft mit kontinuierlichem profitabilem Wachstum

		2015	2016	Δ
Umsatz	Mio €	188,1	195,8	+4,1 %
Bruttomarge	%	49,3	50,2	+0,9 PP
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	15,5	16,8	+8,9 %
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt ¹⁾	Mio €	14,6	16,6	+14,0 %
Mitarbeiter	Pers.	865	913	+48

- Zentrum der Wachstumsstrategie des Konzerns , hochwertige Produkte der Marken Leifheit und Soehnle
- Markengeschäft erzielte 83 % der Umsatzerlöse (2015: 81 %)
- Ergebnis des Segments steht für 76 % des Konzernergebnis (2015: 71 %)
- Wesentlicher Wachstumstreiber: Reinigungsprodukte der Marke Leifheit
- Wechsel von Mitarbeitern ins vom Volumen- in das Markengeschäft nach Auslaufen der Lohnfertigung in Blatná Ende 2015

Umsatz Markengeschäft

2016 / nach Regionen



- Deutschland
- Zentraleuropa
- Osteuropa
- Übersee



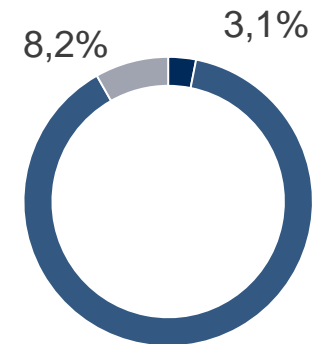
Volumengeschäft erwartungsgemäß unter Vorjahr

		2015	2016	Δ
Umsatz	Mio €	43,7	41,3	-5,7 %
Bruttomarge	%	35,4	34,8	-0,6 PP
Segmentergebnis (EBIT)	Mio €	6,2	5,3	-14,5 %
Segmentergebnis (EBIT) bereinigt ¹	Mio €	4,6	5,2	+11,5 %
Mitarbeiter	Pers.	209	180	-29

- Führung nach Profitabilität, auf europäische Märkte und Projektgeschäft fokussiert
- Umsatzanteil von 17 % (2015: 19 %)
- Im Volumengeschäft wurden 24 % des Konzernergebnisses erzielt (2015: 29 %)
- Wechsel von Mitarbeitern ins Markengeschäft nach Auslaufen der Lohnfertigung in Blatná Ende 2015

Umsatz Volumengeschäft

2016 / nach Regionen



- Deutschland
- Zentraleuropa
- Rest der Welt



Konzern-Ergebnisentwicklung im Rahmen der Erwartungen

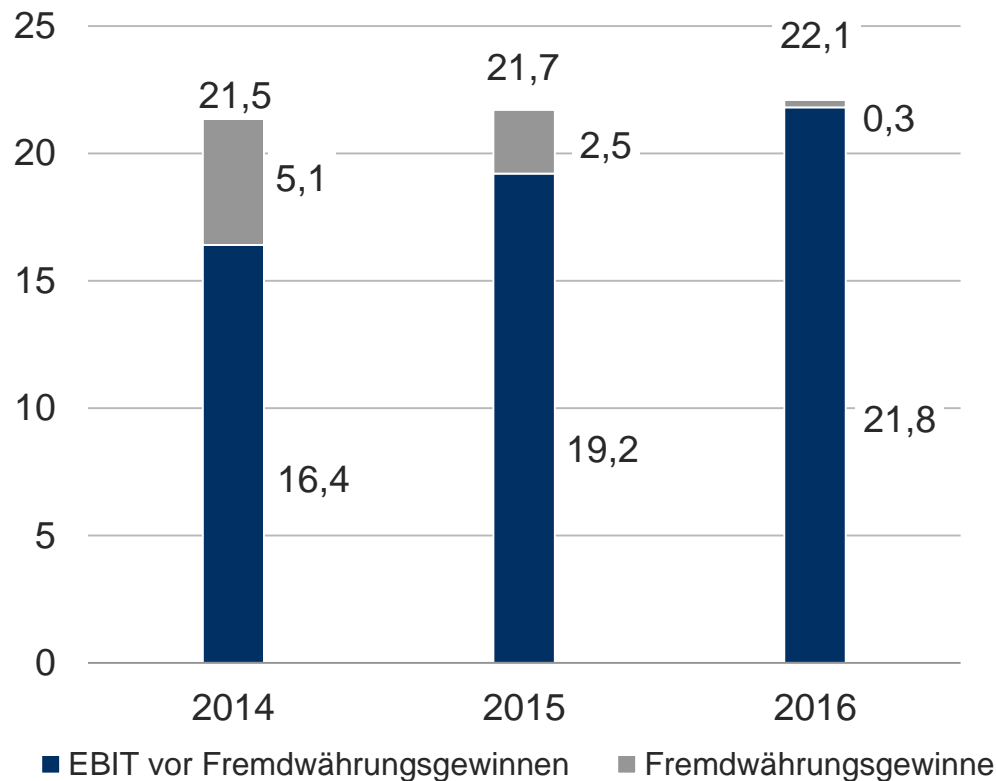
		2015	2016	Δ
Konzernumsatz	Mio €	231,8	237,1	+2,3 %
Bruttomarge	%	46,7	47,5	+0,8 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio €	2,5	0,3	-85,7 %
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	Mio €	21,7	22,1	+2,2 %
EBIT bereinigt ¹	Mio €	19,2	21,8	+13,4 %
EBIT-Marge	%	9,3	9,3	--
EBIT-Marge bereinigt ¹	%	8,3	9,2	+0,9 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	20,2	20,6	+1,7 %
Periodenergebnis	Mio €	14,3	14,5	+1,4 %
ROCE	%	18,1	16,3	-1,8 PP

- Um Fremdwährungsergebnis bereinigtes EBIT stieg um 13,4 %
- Bereinigte EBIT-Marge bei 9,2 %

Um Fremdwährungsgewinne bereinigtes EBIT wächst deutlich

Konzern EBIT-Entwicklung

2014 - 2016 / in € m



- EBIT 2016 leicht gestiegen trotz geringerer Fremdwährungsgewinne
- Ergebnis vor Fremdwährungsgewinnen steigt um 13,4 %
- Fremdwährungsergebnis beinhaltet
 - Änderungen der Zeitwerte von nicht dem Hedge Accounting unterliegenden Devisentermingeschäften,
 - Fremdwährungsbewertungen und
 - realisierte Kursgewinne und -verluste

Operativer Cashflow und Konzernliquidität erhöht

in Mio €	2015	2016	Δ
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	20,8	21,8	+1,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-6,7	-27,5	-20,8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-8,5	-13,0	-4,5
Veränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	5,4	-18,7	-24,1
Wechselkursbedingte Veränderungen des Finanzmittelbestands	-0,2	0,0	+0,2
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	64,2	45,5	-18,7
Kurzfristige Wertpapiere	4,0	24,0	+20,0
Konzernliquidität	68,2	69,5	+1,3
Free Cashflow ¹	14,1	14,3	+0,2

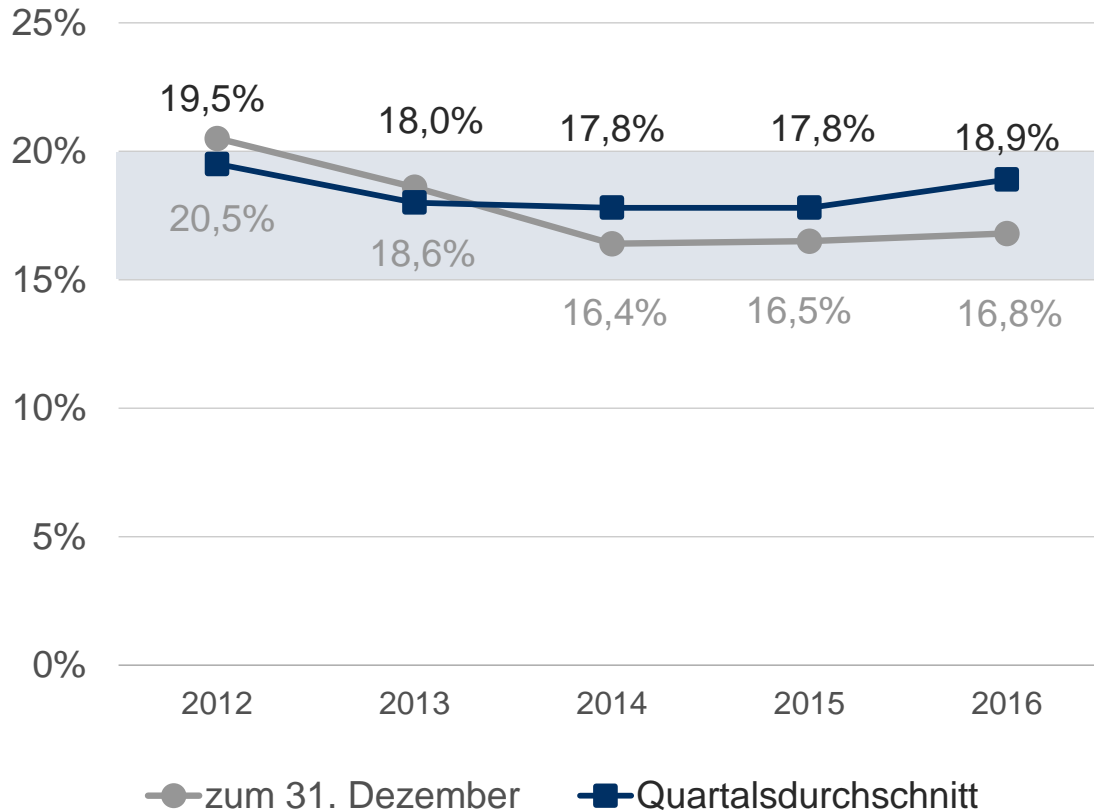
- Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit (operativer Cashflow) resultiert aus dem Periodenergebnis i.H.v. 14,5 Mio € (2015: 14,3 Mio €), Abschreibungen von 6,2 Mio € (2015: 5,8 Mio €) und der um 1,4 Mio € erhöhten Zunahme der Rückstellungen.

¹ Summe des Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in Finanzielle Vermögenswerte

Working Capital Quote auf stabilem Niveau

Working Capital

in % vom Umsatz

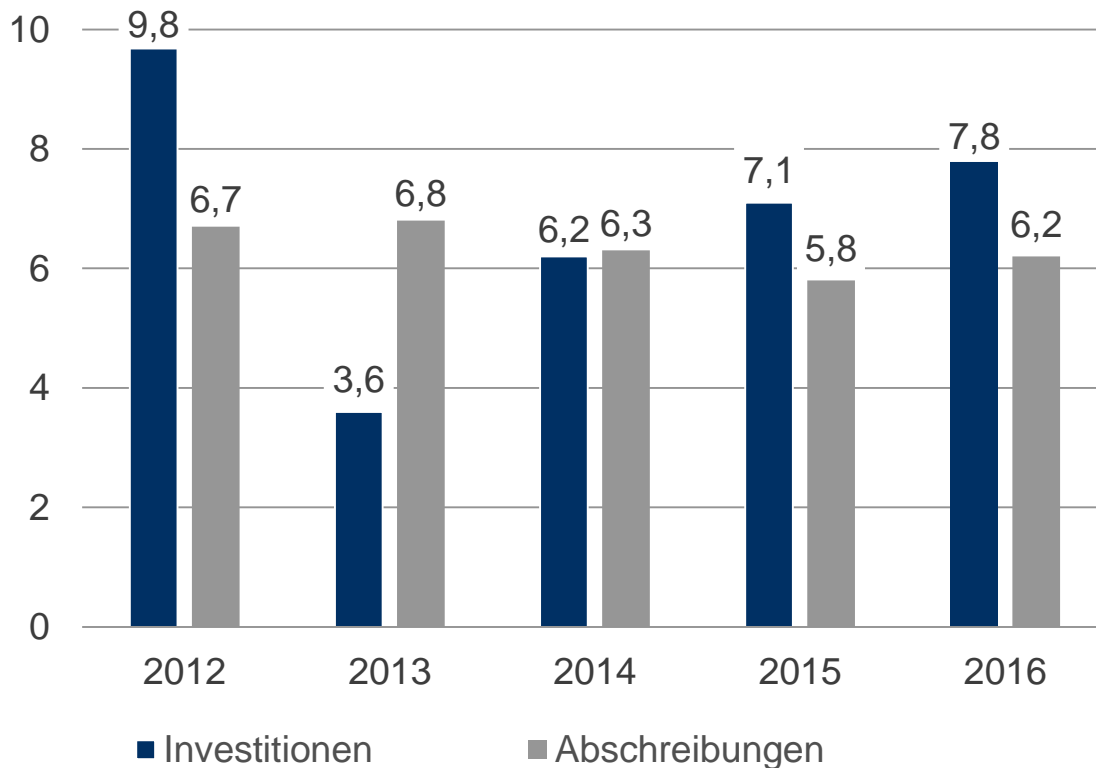


- Konsequentes Working Capital Management
- Working Capital bleibt stabil auf gutem Niveau

Investitionen in Produktion und Distribution in Osteuropa

Investitionen vs. Abschreibungen

in Mio €



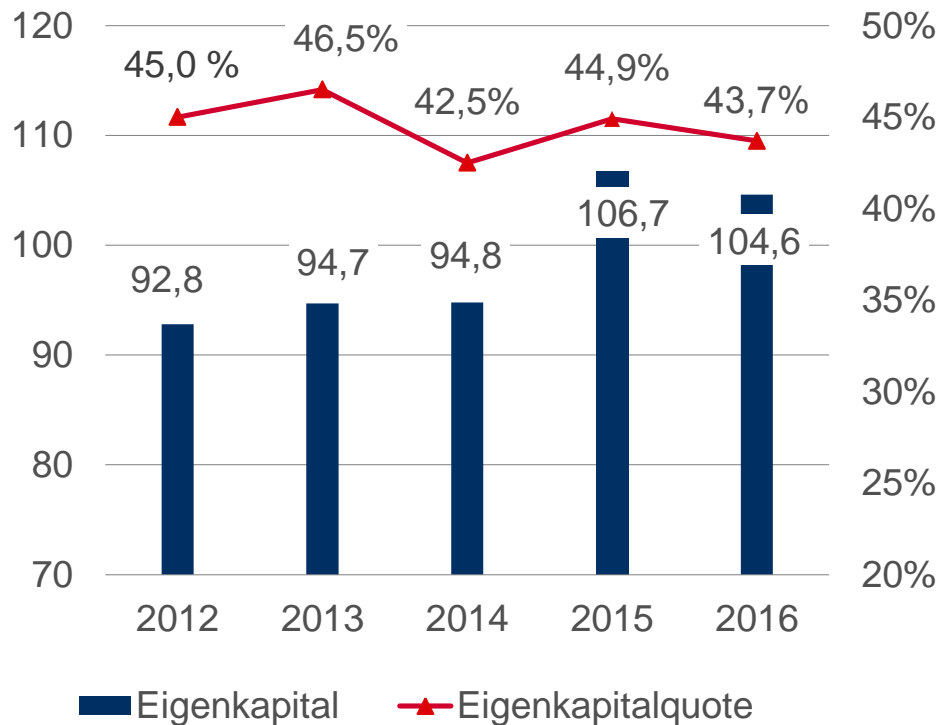
Investitionen 2016:

- 6,6 Mio € in Sachanlagevermögen (2015: 6,1 Mio €), mehrheitlich in neue Produktionsmittel und das Logistikzentrum Osteuropa
- 1,2 Mio € (2015: 1,0 Mio €) in immaterielle Vermögenswerte (haupts. Software/ Lagermanagementsystem)
- Markengeschäft: 7,1 Mio € (2015: 6,4 Mio €)
- Volumengeschäft: 0,7 Mio € (2015: 0,7 Mio €)

Starke Kapitalstruktur und finanzielle Flexibilität

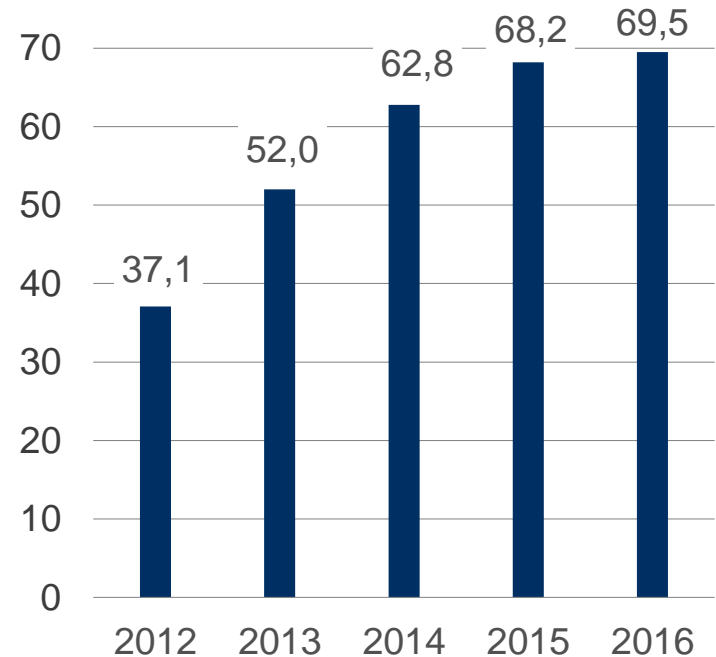
Eigenkapital/-quote

zum 31. Dezember, in Mio €



Zahlungsmittel und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte

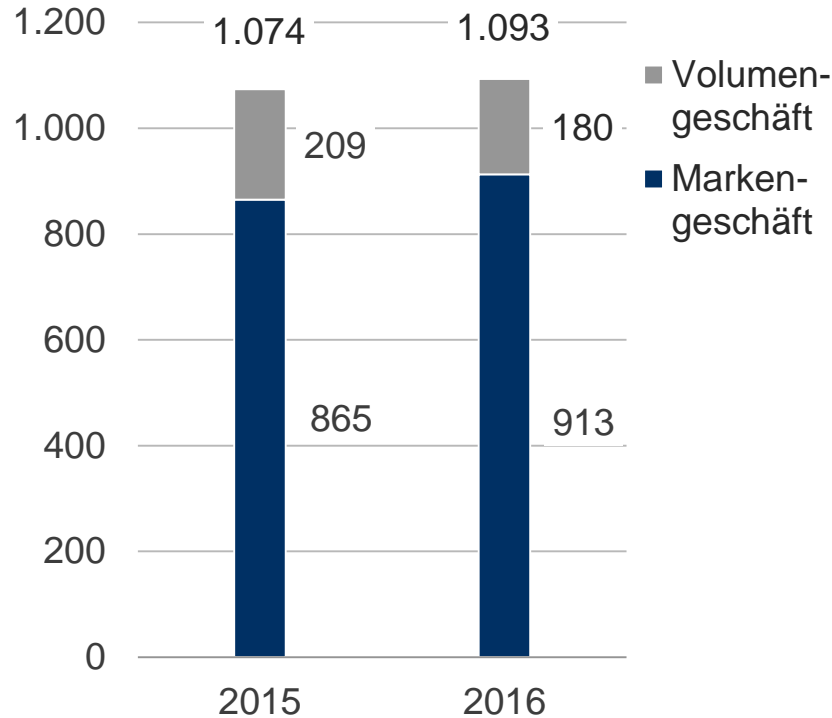
in Mio €



Mitarbeiterzahlen weitgehend stabil

Mitarbeiterentwicklung

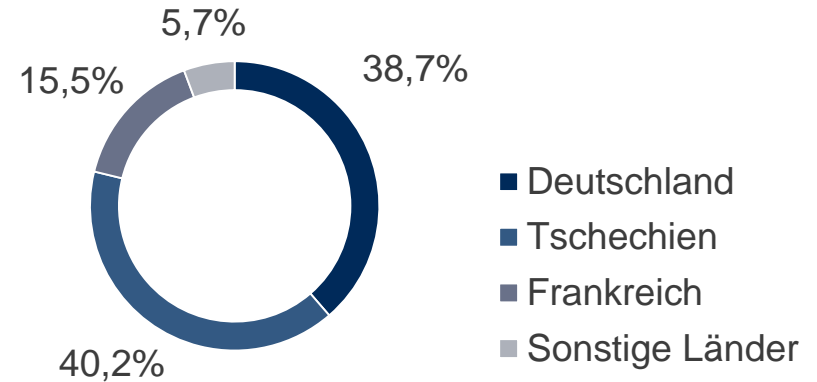
zum 31. Dezember



1 Leichte Abweichung von 100% auf Grund von Rundung

Mitarbeiter¹

nach Regionen / zum 31. Dez. 2016



- Verschiebung der Mitarbeiteranzahl vom Volumen- in das Markengeschäft aufgrund der Beendigung der Lohnfertigung und des Produktionsausbaus in Blatná
- Tendenziell Stärkung von Kapazität in Vertrieb, F&E und Technik
- Leifheit erneut „Top Arbeitgeber Mittelstand Deutschland 2017“



Vorschläge an die ordentliche Hauptversammlung am 24. Mai 2017

- Der Vorstand schlägt vor, den Bilanzgewinn der Leifheit AG aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2016 in Höhe von 13.969.000,00 € wie folgt zu verwenden:
 - **Ausschüttung einer Dividende von 2,10 €** (Vorjahr 2,00 €)
sowie einer **Sonderdividende von 0,80 €** (Vorjahr 0,75 €)
je dividendenberechtigte Stückaktie
- **Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln im Verhältnis 1:1 durch Ausgabe von Gratisaktien, um die Liquidität in der Aktie weiter zu erhöhen**
 - Grundkapital soll durch Umwandlung von Gewinnrücklagen von derzeit 15 Mio € auf 30 Mio € verdoppelt werden.
 - Maßnahme hat keinen Einfluss auf die Höhe des bilanziellen Eigenkapitals der Gesellschaft.
 - Der Beteiligungsanteil jedes Aktionärs bleibt unverändert.
 - Die neuen Aktien sollen ab dem 1. Januar 2017 gewinnberechtigt sein.
- **Anpassung des “Genehmigten Kapitals”**
 - Bisheriges genehmigtes Kapital 2016 wird aufgehoben
 - Ermächtigung, das Grundkapital um bis zu 15 Mio € zu erhöhen
 - Ausschluss des Bezugsrechts limitiert auf 20 % des Grundkapitals

Strategie “Leifheit 2020” und Kerninitiativen 2017



Unsere Vision für 2020

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

Mit „Leifheit 2020“ weiter auf Wachstums- und Verbesserungskurs

- Ausgehend von einer effizienten Basis, soliden Margen und einem geschärften Profil, fokussiert sich Leifheit auf zukünftiges Wachstum:
 - Weiterentwicklung des Produktportfolios
 - Expansion des Kundenstamms
 - Ausbau der geographischen Reichweite
 - Externe Wachstumsoptionen (Fokus auf Kernkategorien)

- Leifheit strebt ein organisches Wachstum von 4 - 5 % CAGR an.

- Leifheit hat zehn strategische Leitlinien definiert, um seine Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, Wachstum voranzutreiben und die Profitabilität nachhaltig auszubauen:
 - Wo werden wir wachsen?
 - Wie werden wir wachsen?

- Die strategischen Leitlinien sind Grundlage für zahlreiche individuelle Projekte um die Wachstumsfähigkeit des Unternehmens nachhaltig auszubauen und sicherzustellen.

Strategie „Leifheit 2020“ und Kerninitiativen 2017

Die angenehmste Art Parkett und Laminat zu pflegen und zu schützen



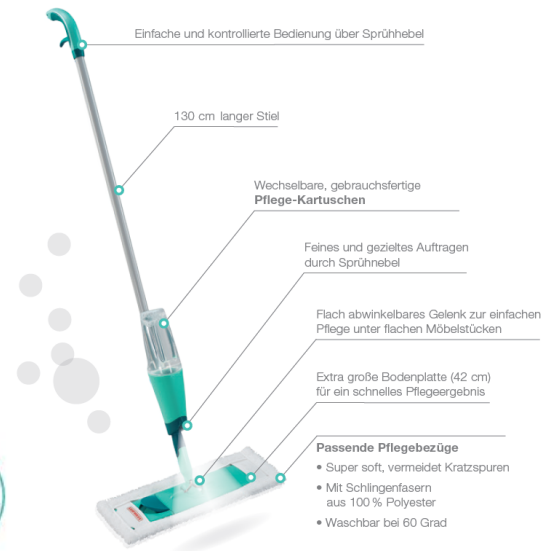
NEU!

Kompetenz mit System

CLEAN
(trockene und feuchte Bodenreinigung)
1x pro Woche

CARE
1x pro Monat

PROTECT
2x pro Jahr



CARE & PROTECT System

- Ausweitung der Reinigungskompetenzen um das Segment Parkettpflege
- Markteinführung Januar 2017
- Hohe Kundenbindungsrate auf Grund von ready-to-use Kartuschen mit CARE & PROTECT Reinigungsmitteln
- Empfohlen vom Verband der Deutschen Parkettindustrie
- UVP 59,99 €



Strategie „Leifheit 2020“ und Kerninitiativen 2017

Die erste Leifheit Wäschespinne mit integriertem Dreifachschutz

LinoProtect

- Dreifachschutz vor Regen, UV-Licht und Schmutz
- Einfaches Öffnen dank patentiertem Teleskop-Mechanismus
- Nachhaltig und umweltfreundlich
- Markteinführung im zweiten Halbjahr 2017
- UVP 199 €

NEW!



Strategie „Leifheit 2020“ und Kerninitiativen 2017

Die nächste Generation des erfolgreichen Fenstersaugers „Dry & Clean“

Einfach streifenfreie Fenster

- Maximale Saugkraft
- NEU: vesserte Gummi-Lippe

Der Experte für schwer erreichbare Stellen

- Click-System für flexiblen Einsatz mit Handgriff
- 360° Anwendung ohne zu tropfen
- NEU: austauschbare schmale Saugdüse

Komfortable Nutzung ohne Unterbrechung

- Standby-Automatik für bis zu 35 min/ >100m²
- 15% längere Laufzeit

Langlebigkeit

- NEU: austauschbarer Akku
- NEU: Premiumqualität Made in Europe

Ausgezeichnete Qualität und Design

- Auszeichnung in der Klasse Bedienkomfort und Funktionalität, sowie Bestes Produkt 2015/2016



Strategie „Leifheit 2020“ und Kerninitiativen 2017

Einzigartig – und nur von Soehnle!



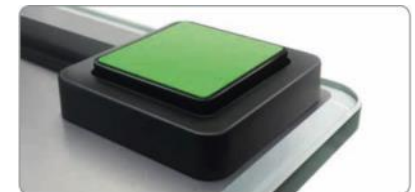
Unique: The XXL-displays assure an excellent readability due to their large LCD digits.



Independent: Unique style with uniform edge design.



Elegant and stable: Extraordinary flat design offers secure stability.



Typical Soehnle feature: Base feet with non-slip and green bottom.

Strategie „Leifheit 2020“ und Kerninitiativen 2017

Moderne, einzigartige Designs mit bekannter Qualität: Personenwaagen von Soehnle

Shape Sense-Profi und -Control Line

- Professionelle Waage für Sportler und Gesundheitsbegeisterte
- Einfaches Tracking der Trainingsergebnisse dank BIA Analyse
- Integrierte Ernährungsberatung
- Einsteigermodell Shape Sense Control-line UVP 29,99 €
- Shape Sense Profi 300 UVP 49,99 €



Style Sense Line

- Multifunktionspersonenwaage für die ganze Familie
- Innovatives neues Design mit verbesserten Funktionen
- Große Bandbreite verschiedener Waagen für jeden Anspruch
- Spezielle Comfort Edition mit extra großem Display und erweiterten Funktionen
- UVP Style Sense Multi 100 ab 34,99 €
- UVP Style Sense Comfort 500 ab 39,99 €

Soehnle connect – gibt Ihrem Gefühl einen Wert

Soehnle connect System

NEW!

- Innovatives und einfach zu bedienendes Körperanalyse-System
- Integriertes System aus digitaler Personenwaage, Wearables und Fitness App
- Einsatz führender digitaler Technologie – auf allen etablierten Plattformen
- Ideal um relevante Gesundheitsdaten zu überwachen – ob Zuhause oder Unterwegs
- Markteinführung im zweiten Halbjahr 2017

CONNECT
measure, collect, analyse, advise

Gibt Ihrem Gefühl einen Wert.
Gives your feeling a value.

Download on the App Store | GET IT ON Google Play

Strategie „Leifheit 2020“ und Kerninitiativen 2017

Viele Geräte in einer App vernetzt

- Hoher Kundennutzen durch Vernetzung von Fitness- und Gesundheitsdaten von verschiedensten Geräten mit Empfehlungen und Beratung in einer zentralen App



Ausblick 2017

2017: Nachhaltiges Umsatzwachstum, Ergebnis mit Einmaleffekten

Wirtschaftliche Rahmen- bedingungen 2017

- ▶ Moderates wirtschaftliches Wachstum in unseren wichtigsten europäischen Absatzmärkten
- ▶ Risiken wie wechselnde US-Wirtschaftspolitik, Wahlen in den meisten europäischen Ländern und steigende Inflation
- ▶ Geschäftsklima im Einzelhandel zuversichtlich für 2017, Konsumneigung der Verbraucher weiter stabil

Prognose Konzern- entwicklung 2017

- ▶ Weiterführung der Konzernstrategie „Leifheit 2020“
- ▶ Konzern: Wachstum von 3,5 bis 4,5 %
- ▶ Markengeschäft: Solides Wachstum von 4 bis 5 %
- ▶ Volumengeschäft: Wachstum von 2 bis 3 %
- ▶ Ergebnis auf dem Niveau von 2016 (nach Einmaleffekten aus Neuordnung des Vertriebs)
- ▶ Investitionen in Höhe von 7,0 Mio € geplant (2016: 7,8 Mio €)
- ▶ ROCE leicht unter Vorjahresniveau (2016: 16,3 %)
- ▶ Free Cashflow von 4 bis 6 Mio €

Konzern- entwicklung bis 2020

- ▶ Nachhaltiges und profitables organisches Umsatzwachstum von 4 bis 5 % CAGR¹
- ▶ Ziel EBIT-Marge mindestens 8 %

Zusammen- fassung

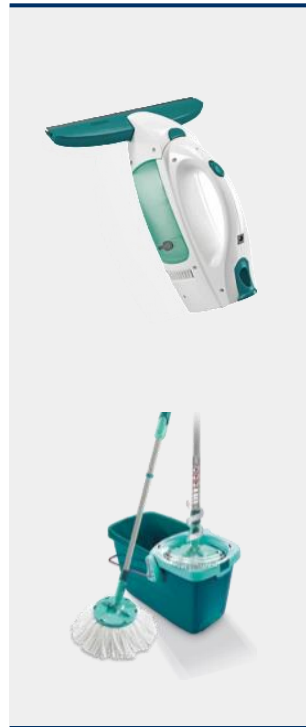


Leifheit ist bestens für die Zukunft gerüstet

Starke
Marken



Innovative
Produkte und
Lösungen



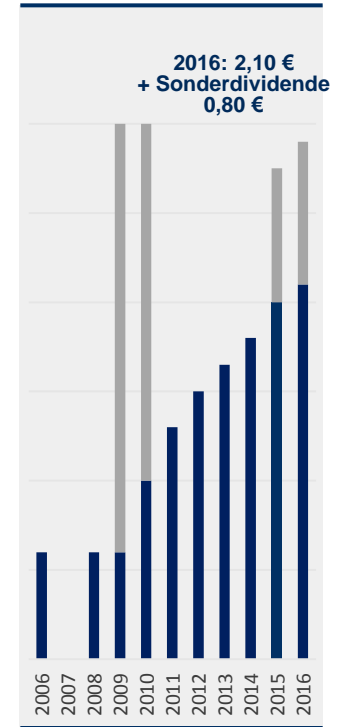
Kreative
Menschen



Effiziente und
geradlinige
Prozesse



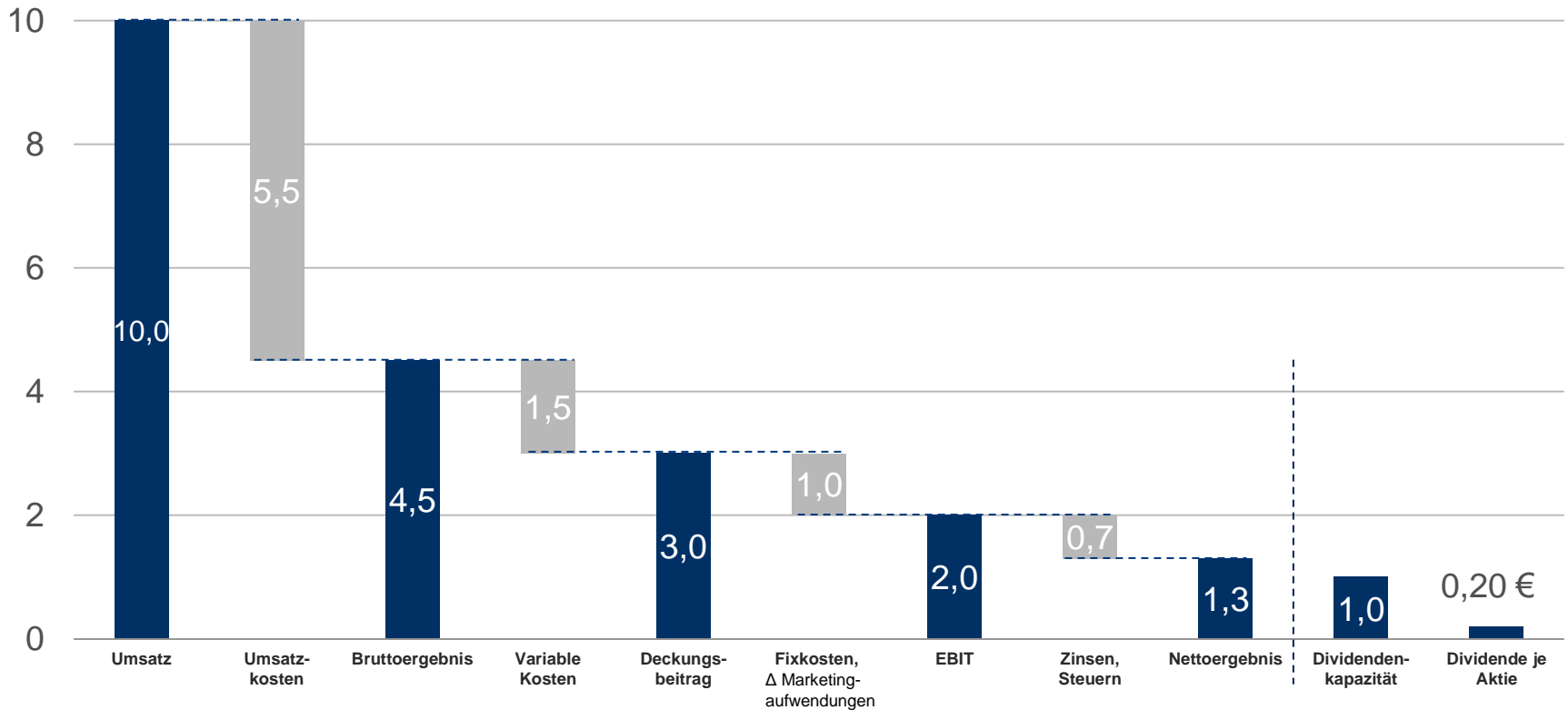
Verlässlicher
Partner
unserer
Aktionäre



Wachstum generiert Dividendenkapazität

10,0 Mio € Umsatzwachstum ~ 2,0 Mio € EBIT ~ € 1,3 Mio € Nettoergebnis
 ~ 1,0 Mio € Dividendenkapazität ~ 0,20 € Dividende je Aktie

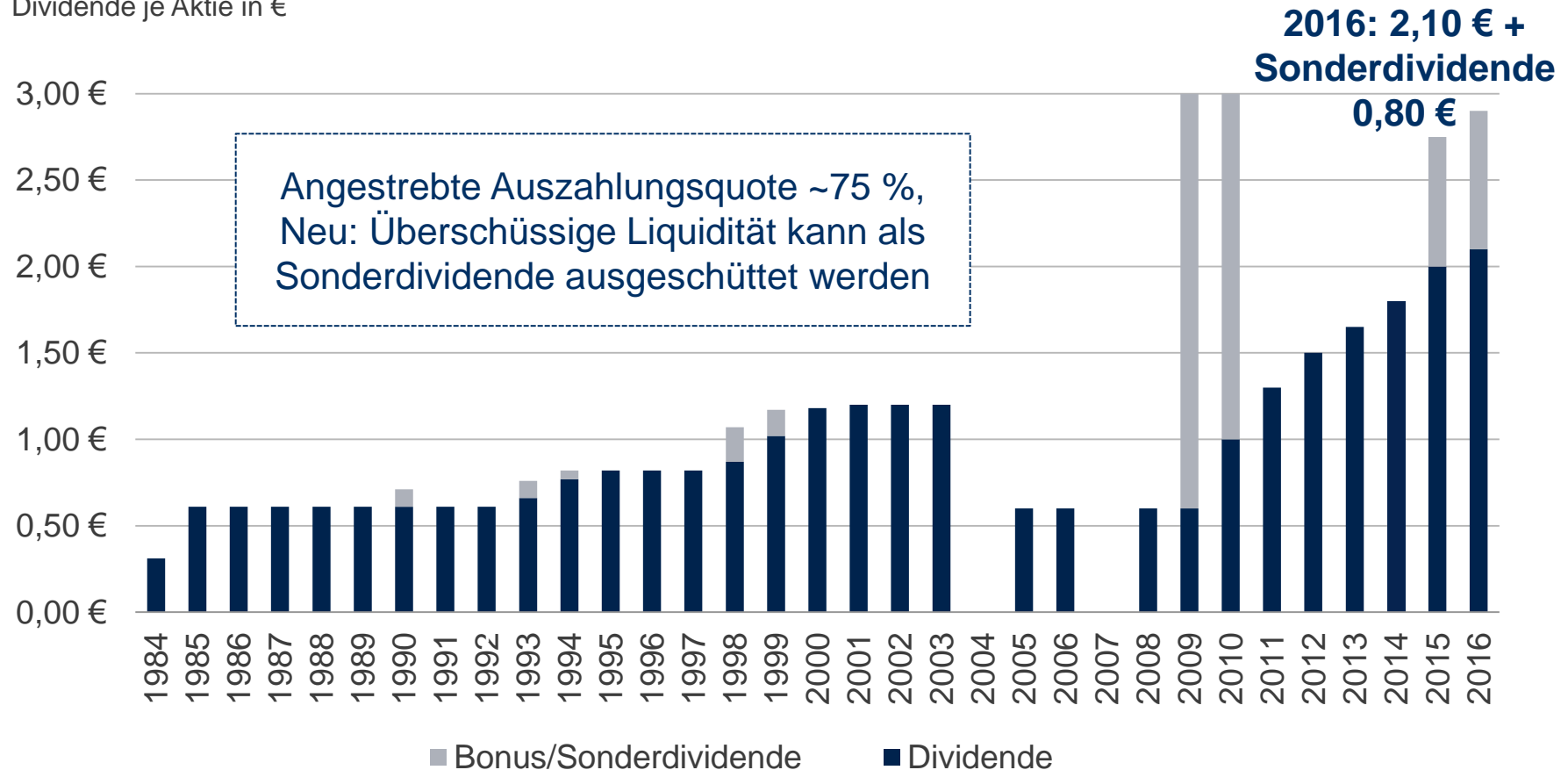
in € Mio



Kontinuierliche Dividendensteigerung

Langfristige Entwicklung

Dividende je Aktie in €



Unser Aufwärtstrend setzt sich fort.



Ihre Fragen bitte.