

So geht Haushalt heute.

Leifheit AG

Bilanz-Pressekonferenz

27. März 2018

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 2017
- Konzernentwicklung 2017
- Leifheit Aktie
- Ausblick 2018
- Strategie „Leifheit 2020“



Über die Leifheit AG

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

Leifheit-Konzern

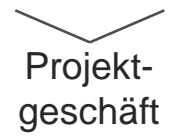
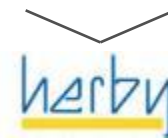
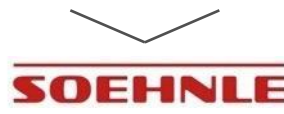
Markengeschäft
(~ 85 % Umsatzanteil)

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

Einer der führenden Hersteller von Haushaltsprodukten in Europa

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 Dampfbügeleisen-systeme – Leifheit garantiert frische saubere und gepflegte Wäsche.



Küche

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



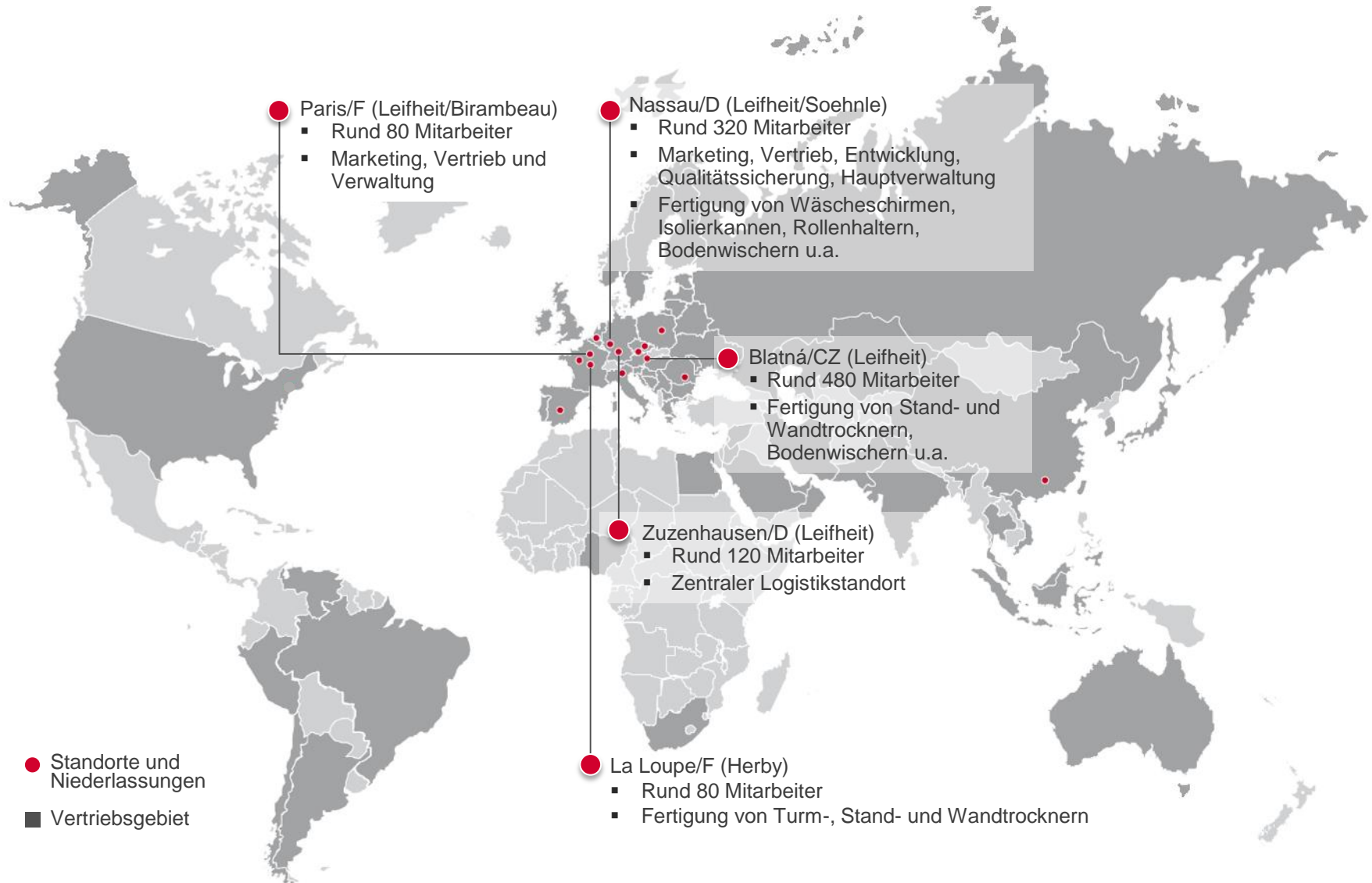
Wellbeing

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 Standorten in über 80 Ländern aktiv



Über die Leifheit AG

Wichtigste Standorte

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

Grundfläche:	61.000 qm
Bebaute Fläche:	26.000 qm
Mitarbeiter:	ca. 320
Produktion:	Automatisierte Produktion, Spritzguss
Hauptproduktgruppen:	Trockner (Linomatic), Reinigungs- u. Küchenprodukte



Zuzenhausen/Deutschland: Logistikzentrum

Grundfläche:	85.000 qm
Bebaute Fläche:	41.000 qm
Mitarbeiter:	ca. 120
Lagerkapazität:	ca. 48.000 Paletten
Distributionskapazität:	1.000 Kubikmeter am Tag



Blatná/Tschechische Republik:

Hauptproduktionsstandort und Logistikzentrum für Osteuropa

Grundfläche:	108.000 qm
Bebaute Fläche:	20.000 qm
Mitarbeiter:	ca. 480
Produktion:	Metallproduktion mit Pulverbeschichtung, Spritzguss, Textilproduktion
Hauptproduktgruppen:	Trockner, Bügeltische, Reinigungsprodukte
Lagerkapazität:	ca. 5.000 Paletten
Distributionskapazität:	180 Kubikmeter am Tag



Highlights Geschäftsjahr 2017

Unerwartete Herausforderungen beinträchtigen Umsatz und EBIT

- **Operatives Ergebnis geprägt von Sondereffekten**
 - Während die Umsatzentwicklungen in Q1 und Q3 hinter dem Vorjahr zurückblieb, wurde in Q2 und Q4 das erwartete Wachstum erzielt
 - Konzernumsatz 2017 nahezu stabil auf Vorjahresniveau
 - Gute Performance in Deutschland und Osteuropa kann Umsatzrückgänge in Zentraleuropa und Rest der Welt nicht kompensieren
 - EBIT beeinflusst von unerwarteten Fremdwährungsverlusten, gestiegenen Materialpreisen sowie von geplanten Einmaleffekten für die Neuorganisation des Vertriebs in Deutschland

- **Fungibilität der Leifheit-Aktie verbessert**
 - Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln im Verhältnis 1:1 durch Ausgabe von Gratisaktien, um die Liquidität in der Aktie weiter zu erhöhen
 - Vorschlag einer stabilen Dividende für das Geschäftsjahr 2018

Konzernergebnisse auf einen Blick

		2016	2017	Δ
Konzernumsatz	Mio €	237,1	236,8	-0,1 %
Bruttomarge	%	47,5	46,4	-1,1 PP
Fremdwährungsergebnis	Mio €	0,3	-1,5	-
Ergebnis vor Zinsen und Ertragsteuern (EBIT)	Mio €	22,1	18,8	-14,8 %
EBIT bereinigt ¹	Mio €	21,8	20,3	-6,9 %
EBIT-Marge	%	9,3	8,0	-1,3 PP
EBIT-Marge bereinigt ¹	%	9,2	8,6	-0,6 PP
Ergebnis vor Ertragsteuern (EBT)	Mio €	20,6	17,7	-14,0 %
Periodenergebnis	Mio €	14,3	12,9	-11,4 %
ROCE	%	16,3	12,8	- 3,5 PP

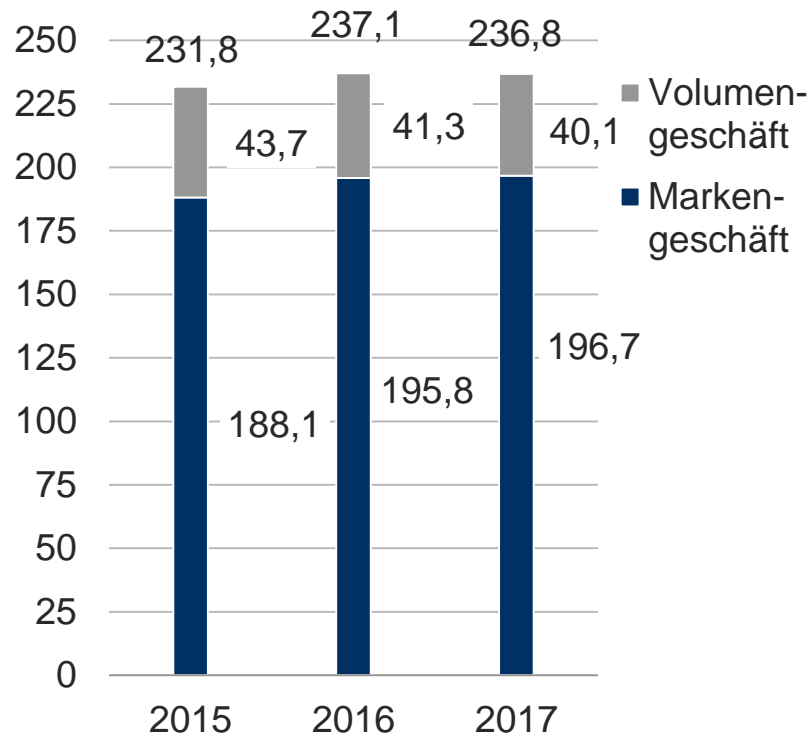
¹ Bereinigt um Fremdwährungsergebnisse

Konzern- entwicklung 2017

Konzernumsatz stabil, gute Entwicklung in Deutschland und Osteuropa

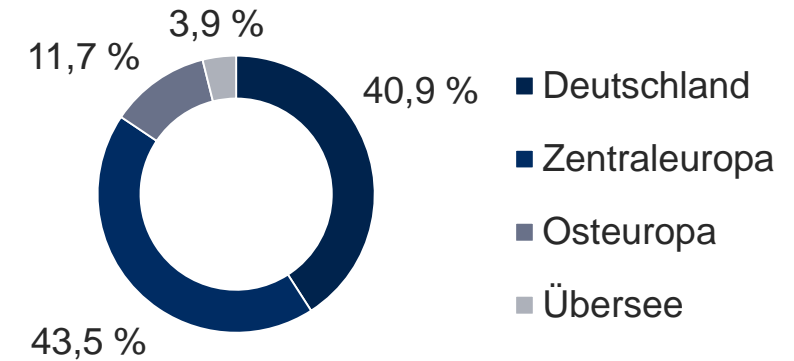
Konzernumsatz nach Segment

2015 bis 2017 in Mio €



Konzernumsatz nach Region

2017

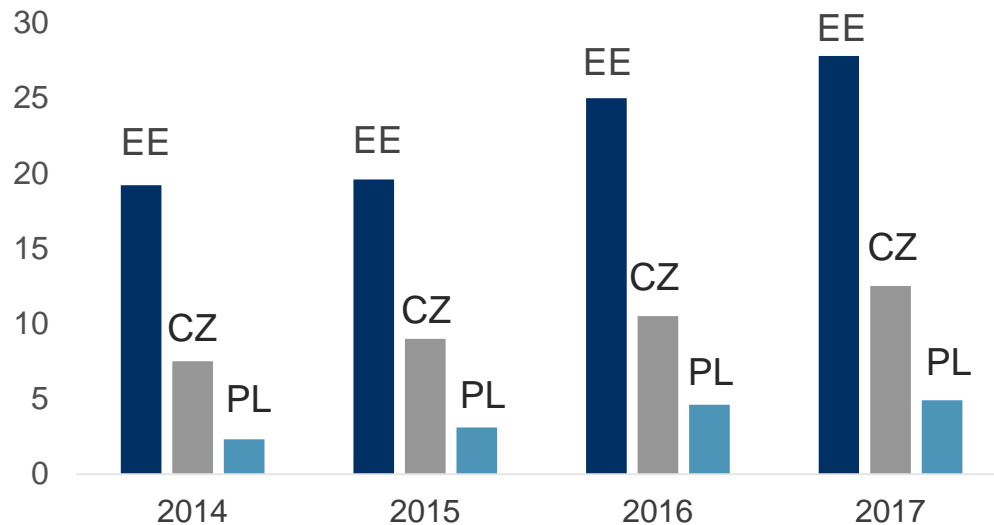


- Q1 und Q3 blieben hinter den Erwartungen zurück, Q2 und Q4 mit erwartetem Wachstum
- Deutschland wuchs mit 2,5 % dank guter Entwicklung in Marken- und Volumengeschäft
- Fortlaufendes signifikantes Wachstum in Osteuropa von 11,3 %, getrieben durch zweistelliges Wachstum in Tschechien, der Ukraine und Rumänien
- Umsatz in Zentraleuropa sinkt um 4,6 % auf Grund schwächerer Performance in Frankreich, Luxemburg und Italien. Starkes Wachstum in Belgien kann dies nicht vollständig kompensieren.

Strukturierter „Go-to-Market“-Ansatz treibt weiterhin Wachstum in Osteuropa

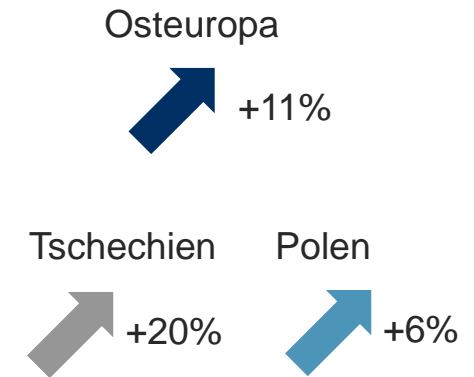
Umsatz Osteuropa (EE) und ausgewählte Einzelmärkte

2014 bis 2017 in Mio €



Wachstum

2016 ggü. 2017



Markengeschäft profitiert vom Erfolg der Marke Leifheit

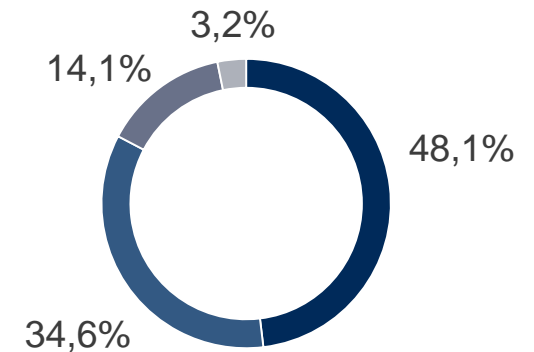
		2016	2017	Δ
Umsatz	Mio €	195,8	196,7	+0,5 %
Bruttomarge	%	50,2	49,0	-1,2 PP
Segment-EBIT	Mio €	16,8	14,2	-15,5 %
Segment-EBIT bereinigt ¹	Mio €	16,6	15,1	-9,0 %
Mitarbeiter	Pers.	913	1003	+90

- Mit hochwertigen Produkte der Marken Leifheit und Soehnle ist das Markengeschäft im Zentrum der Strategie „Leifheit 2020“
- Markengeschäft erzielte 83 % der Umsatzerlöse (2016: 83 %)
- Wichtigste Wachstumstreiber: Reinigen und Wäschepflege
- EBIT durch negatives Fremdwährungsergebnis, Materialpreissteigerungen und geplante Einmaleffekte der Neuorganisation des Vertriebs sowie höhere Werbeaufwendungen belastet
- Höhere Mitarbeiterzahlen durch Insourcing in Tschechien und Reorganisation des Vertriebs

¹ Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis

Umsatz Markengeschäft

2017 / nach Regionen



- Deutschland
- Zentraleuropa
- Osteuropa
- Übersee



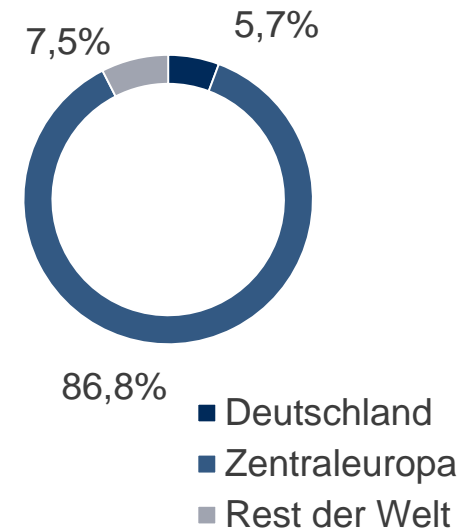
Volumengeschäft leidet unter Entwicklungen in französischen Hypermärkten

		2016	2017	Δ
Umsatz	Mio €	41,3	40,1	-2,8 %
Bruttomarge	%	34,6	33,5	-1,3 PP
Segment-EBIT	Mio €	5,3	4,6	-13,9 %
Segment-EBIT bereinigt ¹	Mio €	5,2	5,2	--
Mitarbeiter	Pers.	180	165	-15

- Führung nach Profitabilität mit Fokus auf europäische Märkte und Projektgeschäft
- Starkes Umsatzwachstum in Deutschland kann Rückgänge in Frankreich und den USA nicht ausgleichen
- Umsatzanteil von 16,9 % (2016: 17,4 %)
- Wechsel von Mitarbeitern ins Markengeschäft

Umsatz Volumengeschäft

2017 / nach Regionen



¹ Bereinigt um das Fremdwährungsergebnis

Operativer Cashflow durch Anstieg in Working Capital beeinflusst

in Mio €	2016	2017	Δ
Cashflow aus betrieblicher Geschäftstätigkeit	21,8	7,2	-14,6
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-27,5	-10,7	+16,8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-13,0	-13,8	-0,8
Nettoveränderung von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-18,7	-17,3	+1,4
Effekte aus Wechselkursdifferenzen	-	-	-
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	45,5	28,2	-17,3
Free Cashflow ¹	14,3	1,5	-12,8

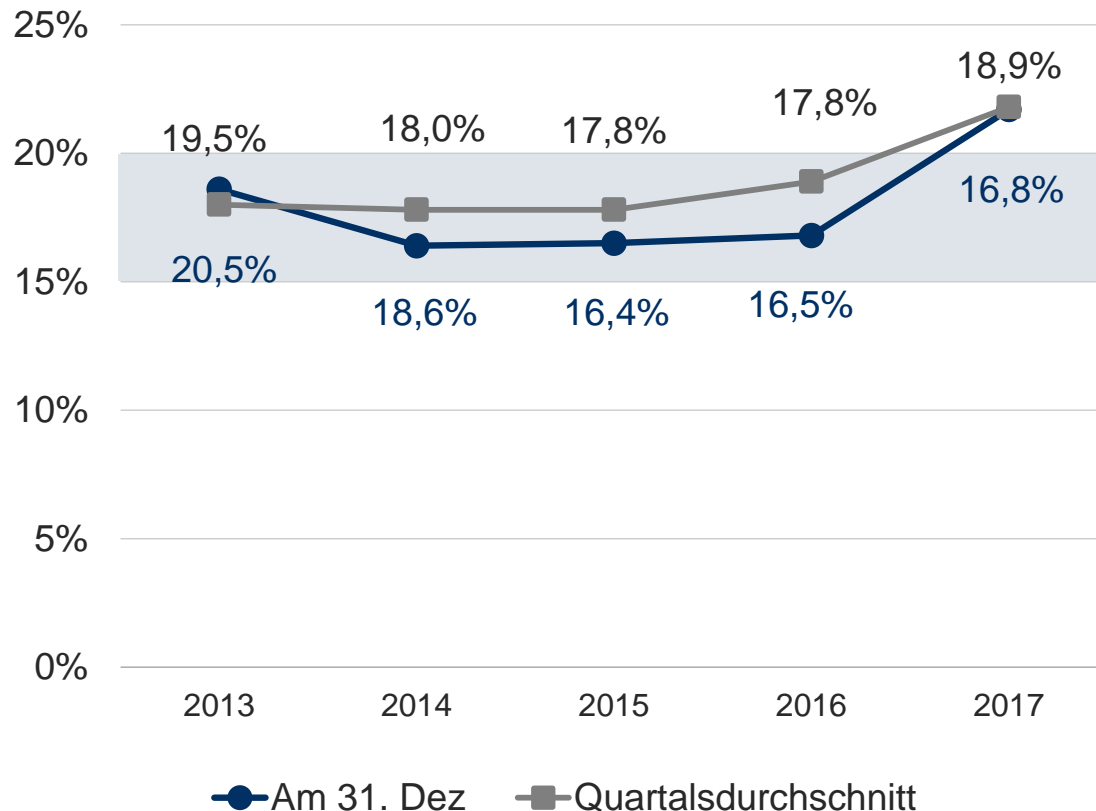
in Mio €	31.12.2016	31.12.2017	Δ
Finanzmittelbestand am Ende der Berichtsperiode	45,5	28,2	-17,3
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	24,0	29,0	+5,0
Konzernliquidität	69,5	57,2	-12,3
Finanzschulden	-	-	-
	69,5	57,2	-12,3

¹ Summe des Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und aus Investitionstätigkeit, bereinigt um Ein- und Auszahlungen in Finanzielle Vermögenswerte sowie aus der Veräußerungen von Unternehmensbereichen.

Höheres Working Capital um Produkteinführungen und Kundenakquise zu unterstützen

Working Capital

in % vom Umsatz

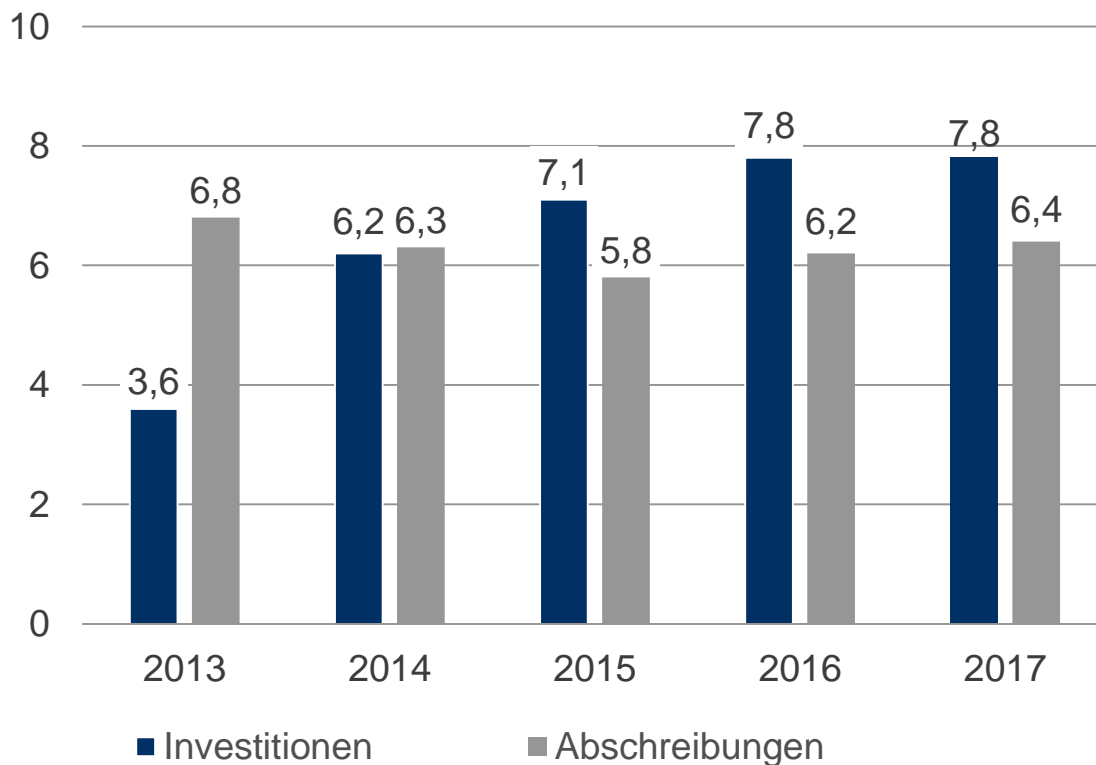


- Einführung von Neuprodukten und Neukunden im Volumengeschäft bedingte Aufbau von Beständen
- Höhere Auftragsgrößen machten Erhöhung des Pufferbestands erforderlich
- Weiterhin konsequentes Management des Working Capitals

Investitionen in Produktion und Distribution in Osteuropa

Investitionen vs. Abschreibungen

in Mio €



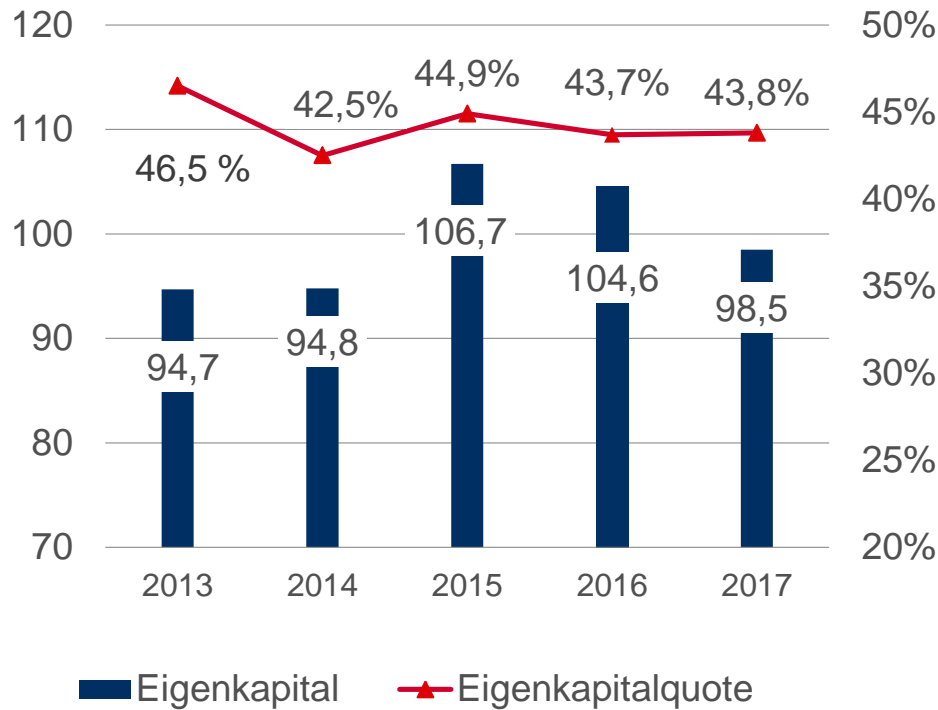
Investitionen 2017:

- 6,7 Mio € in Sachanlagevermögen (2016: 6,6 Mio €), mehrheitlich in neue Produktionsmittel und das Logistikzentrum in Osteuropa
- 1,1 Mio € (2016: 1,2 Mio €) in immaterielle Vermögenswerte (haupts. Software/produkt- und kundenorientierte Systeme)
- Investitionsrate: 4,5 % (2016: 4,4 %)
- Markengeschäft: 6,7 Mio € (2016: 7,1 Mio €)
- Volumengeschäft: 1,1 Mio € (2016: 0,7 Mio €)

Weiterhin starke Kapitalstruktur und finanzielle Flexibilität

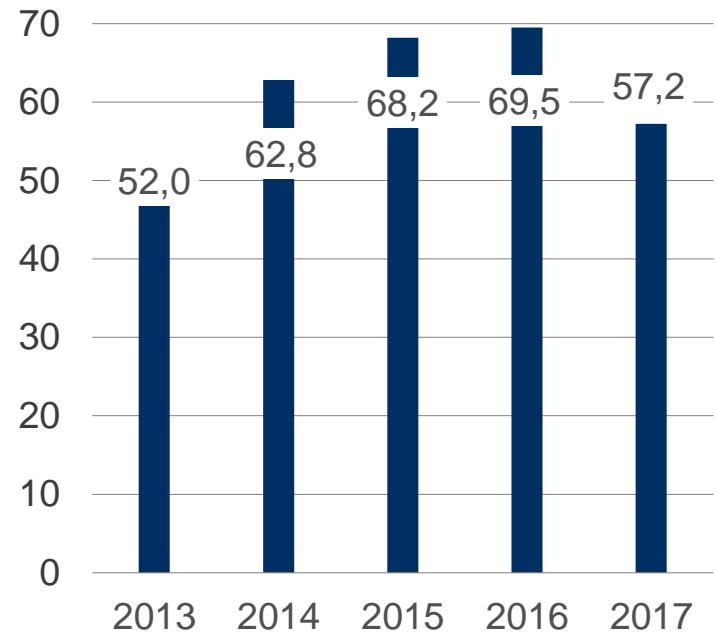
Eigenkapital/-quote

zum 31.12., in Mio €



Zahlungsmittel und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte

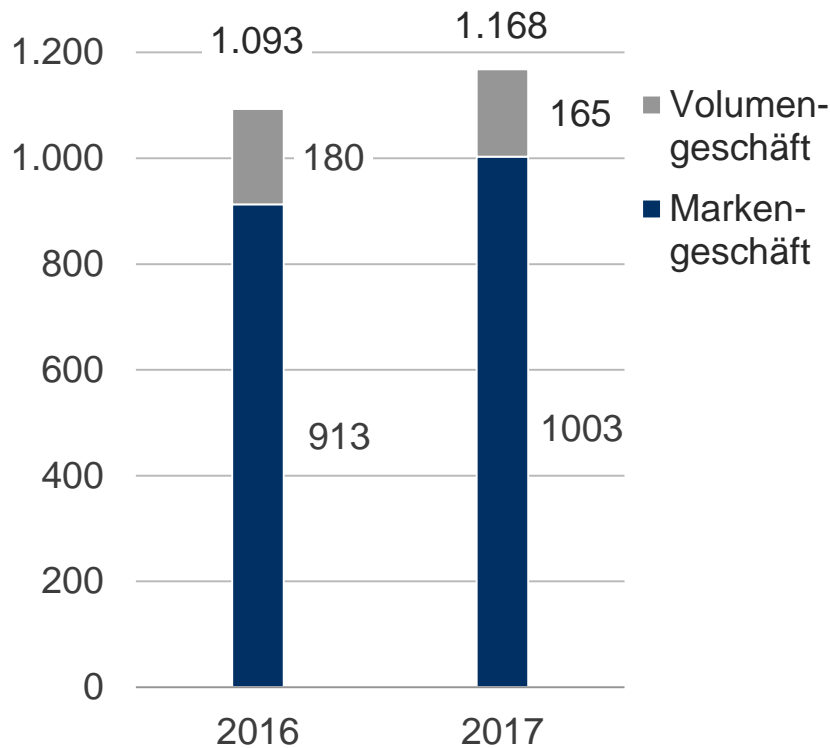
in Mio €



Vertrieb und Entwicklungsteams weiter gestärkt

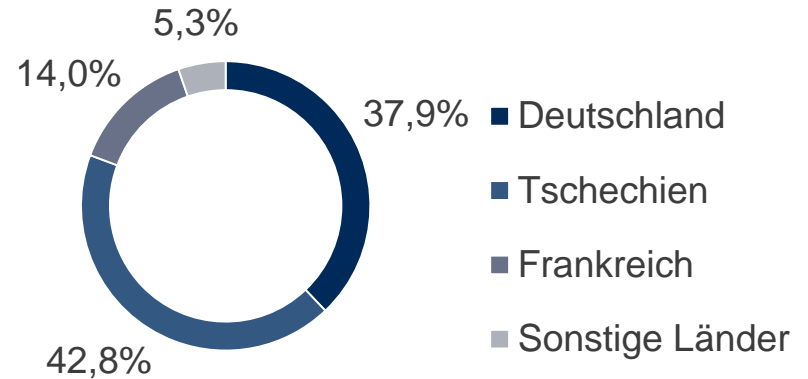
Mitarbeiterentwicklung

zum 31. Dezember



Mitarbeiter

nach Regionen / zum 31. Dez. 2017



- Verschiebung von Personal vom Volumen- in das Markengeschäft aufgrund der Beendigung der Lohnfertigung
- Kapazitäten in Vertrieb, F&E und Produktion gestärkt
- Leifheit erneut „Top Arbeitgeber Mittelstand Deutschland 2018“



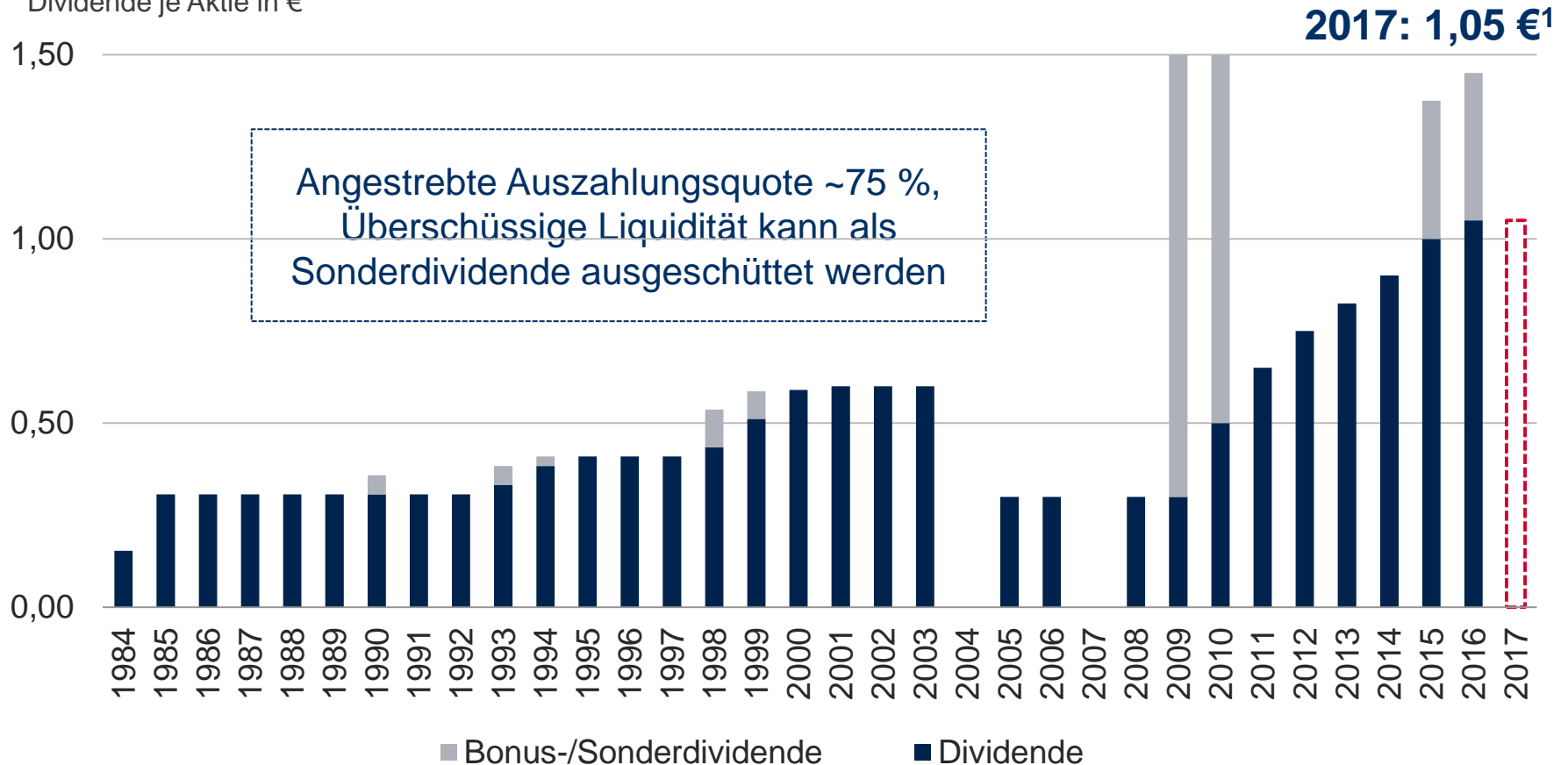
Vorschlag an die ordentliche Hauptversammlung am 30. Mai 2018: konstante Basisdividende

- 2017 hat die Leifheit AG eine Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln im Verhältnis 1:1 durch Ausgabe von 5.000.000 Gratisaktien durchgeführt
- Der Vorstand und der Aufsichtsrat schlagen vor, den Bilanzgewinn der Leifheit AG aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr in Höhe von 10.000.000 € wie folgt zu verwenden:
 - **Ausschüttung einer Dividende von 1,05 €** je dividendenberechtigte Stückaktie

Aktionärsorientierte Dividendenpolitik

Langfristige Entwicklung

Dividende je Aktie in €



¹ Vorschlag an die Hauptversammlung

Langzeit Performance und anlegerorientierte Dividende als Fundament für die Attraktivität der Aktie

- Hoher **Streubesitz von 76,7 %**
- **Kapitalerhöhung durch Ausgabe Gratisaktien** erhöht Handelsvolumen
- **Leichter Kursrückgang in 2017 von 1 %**, in den vergangenen 10 Jahren bei durchschnittlich rund **+15%** (CAGR)

- **Überdurchschnittliche Dividendenrendite¹**

2017: 3,8 % ²	2013: 5,3 %
2016: 5,1 %	2012: 5,2 %
2015: 5,6 %	2011: 6,3 %
2014: 3,9 %	2010: 5,6 % ³

¹ Basierend auf Schlusskurs zum Jahresende

² 2017: Dividendenvorschlag

³ Ohne Sonderdividende aus Verkäufen von Unternehmensbereichen

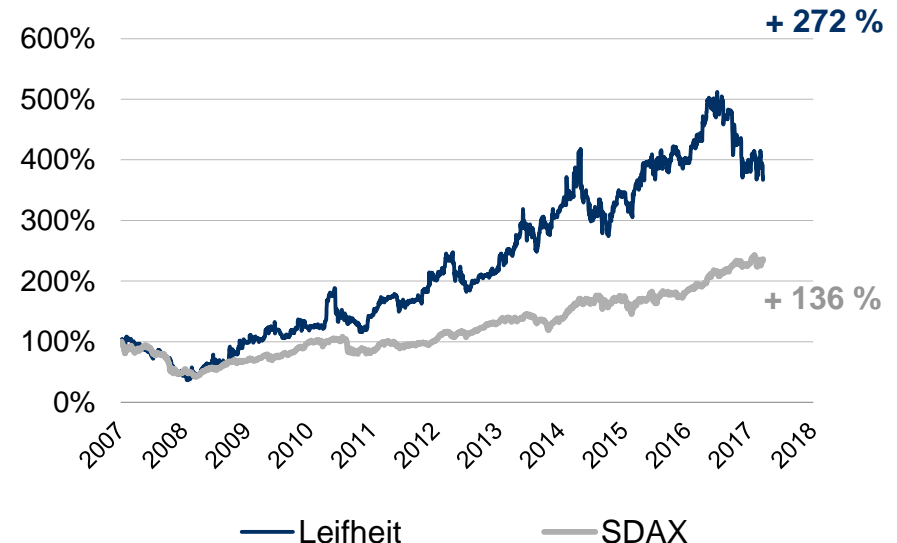
Jahresentwicklung 2017

1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017



10-Jahres Entwicklung

Zeitraum: 1. Januar 2008 bis 15. März 2017



**Strategie
„Leifheit 2020“
geschärft -
Kerninitiativen 2018**

Unsere Vision für 2020

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

Strategie „Leifheit 2020“ weiter geschärft

Chancen der Digitalisierung stärker nutzen

- Bestehendes attraktives Sortiment stärken, beschleunigte Entwicklung neuer Produkte
- Sales Force Effectiveness / Efficiency Programm
- Steigerung der Effizienz in Struktur und Wertschöpfungskette
- Risikoreduktion Fremdwährung durch rollierende, reduzierte Absicherung mit besserer Abstimmung auf Planungszeitraum
- Digitalisierung als integraler Bestandteil der Strategie
 - Positionierung der Marken in den digitalen Medien
 - Weitere Stärkung der Position im E-Commerce
 - Connected Produkte und Services
 - Digitale Prozesse und Effizienz



2018: Zusätzliche Projekte, welche die mittelfristige Wettbewerbsfähigkeit stärken und die künftige Profitabilität nachhaltig verbessern.



Wäschespinne mit Dach
LinoProtect
400

NEU

Schützt vor Regen,
Ausbleichen und Schmutz!

LEIFHEIT

So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Für die vielen kleinen Schlachtfelder des Tages



Akku-Staubsauger

Regulus PowerVac 2in1

Kabellos, saugstark,
schnell zur Hand



LEIFHEIT

So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Sie haben was gegen Bakterien? Wir auch.

Dampfreiniger **CleanTenso**

Einfach
hygienisch rein –
ohne Chemie

Beseitigt bis zu
99,99%
der Bakterien*
*An E.coli und C.albicans
Bakterium getestet



LEIFHEIT

So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de



COMBI SYSTEM

Ordnet Dein Leben.

NEU

LEIFHEIT

So geht Haushalt heute.

www.leifheit.de

Neues digitales Business Segment Soehnle connect

Personenwaagen

Medical

Fitness

Luftaufbereitung

CONNECT
measure, collect, analyse, advise

GS
geprüfte Sicherheit

Strategie „Leifheit 2020“ geschärft - Kerninitiativen 2018

Küchenwaage Page Aqua Proof – 100% wasserdicht



Neu!



Zeitgemäßere Positionierung der Marke Leifheit

Einfache und durchdachte Produkte von Leifheit. Unser Akku-Staubsauger Regulus PowerVac 2in1, der Dampfreiniger CleanTenso, das Clean Twist Reinigungssystem, der Airboard Bügeltisch oder der erfolgreiche Leifheit Fenster-sauger – sie alle haben eines gemeinsam:

Sie unterstützen Menschen dabei, in einer immer schnelllebigeren Zeit die Hausarbeit leichter und das Zuhause schöner zu machen. Damit mehr Zeit bleibt für die wirklich wichtigen Dinge des Lebens. **Leifheit. So geht Haushalt heute.**



Zeitgemäßere Positionierung der Marke Leifheit



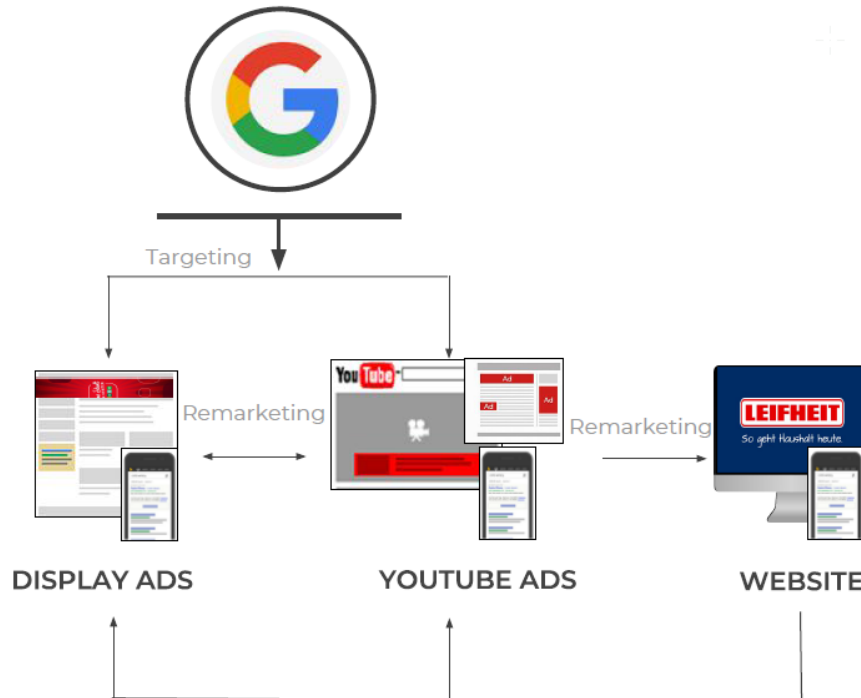
TV Werbung

- Q1 2018 CLEAN TWIST System 
- Q1 2018: Fenstersauger Dry & Clean 
- Q1 2018: LinoProtect 400 
- Q4 2018: Air Board 



Fokus auf Online-Kommunikation

- Begleitmaßnahmen für TV-Werbung von März bis Mai 2018
- Ausbau der Online-Bekanntheit der Marke Leifheit und Zugang zu modernen Zielgruppen
- Kampagnen in reichweitenstarken Online-Kanälen für ausgewählte Produkte:
Google Display, Youtube, Facebook, Instagram



Ausblick 2018

2018: Leifheit strebt Umsatzwachstum von 4 bis 5 Prozent an

<p>Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Moderates wirtschaftliches Wachstum in unseren wichtigsten europäischen Absatzmärkten ▪ Risiken wie wechselnde US-Wirtschaftspolitik, steigende Inflation und regionale Konflikte ▪ Geschäftsklima im Einzelhandel zuversichtlich für 2018, Konsumneigung der Verbraucher weiter stabil
<p>Prognose Konzernentwicklung 2018</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterführung der Konzernstrategie „Leifheit 2020“ ▪ Konzern: Wachstum von etwa 4 bis 5 % ▪ Markengeschäft: Wachstum von etwa 5 bis 6 % ▪ Volumengeschäft: etwa auf Vorjahresniveau ▪ EBIT von 17 bis 18 Mio € ▪ Investitionen in Höhe von rund 8,0 Mio € (2017: 7,8 Mio €) ▪ Free Cashflow von 5 bis 7 Mio €
<p>Mittelfristige Konzernentwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltiges und profitables organisches Umsatzwachstum von etwa 4 % CAGR ¹ ▪ Ziel EBIT-Marge von 8 bis 9 %

Zusammen- fassung

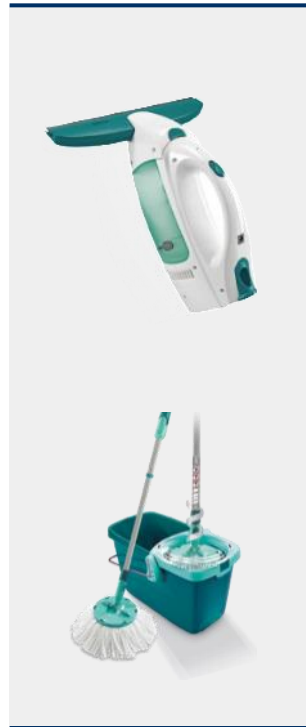
Zusammenfassung

Leifheit ist mehr als Haushaltprodukte – seit fast 60 Jahren

Starke Marken



Innovative Produkte und Lösungen



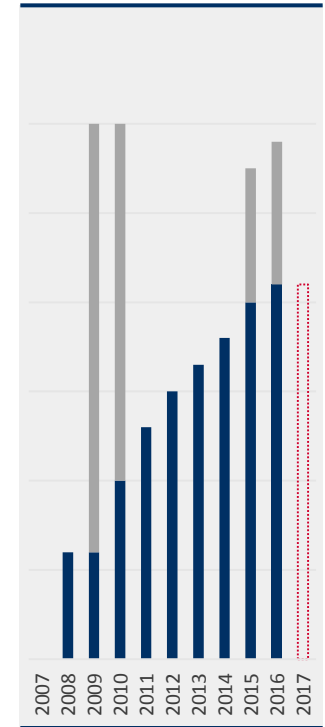
Kreative Menschen



Effiziente und schlanke Prozesse



Verlässlicher Partner unserer Aktionäre



Termine und Kontakt

Termine 2018

27. März 2018

Jahresfinanzbericht 2017

15. Mai 2018

Quartalsmitteilung

30. Mai 2018

Hauptversammlung
Frankfurt/Main, Deutschland

14. August 2018

Halbjahresfinanzbericht

14. November 2018

Quartalsmitteilung

Kontakt

Petra Dombrowsky

Corporate Communications / Investor Relations

Tel.: +49 2604 977-218

E-Mail: ir@leifheit.com

www.leifheit-group.com

**So geht
Haushalt
heute.**

Ihre Fragen bitte.